

QUALE MODELLO PER LA NUOVA ASSICURAZIONE?

di FABRIZIO AURILIA

LA TRASFORMAZIONE PORTERÀ A UNA SELEZIONE DEGLI OPERATORI. CAMBIA ANCHE LA PROFILAZIONE DEI RISCHI GRAZIE A UN USO SEMPRE PIÙ PERVASIVO DEI BIG DATA: ASSICURARE SARÀ FARE (ANCHE) DATA MANAGEMENT. NE HANNO PARLATO ALL'INNOVATION SUMMIT 2021 ISABELLA FUMAGALLI, CEO USCENTE DI BNP PARIBAS CARDIF E RESPONSABILE DI BNL BNP PARIBAS PRIVATE BANKING E WEALTH MANAGEMENT, E DAVIDE PASSERO, AMMINISTRATORE DELEGATO DI ALLEANZA ASSICURAZIONI

Uno dei temi centrali dell'*Innovation Summit* organizzato da **Insurance Connect** è la definizione di cosa sarà la nuova assicurazione. Ma quello che s'intende per nuova assicurazione, forse, è già qui oggi. Qual è la fisionomia della nuova assicurazione è stata anche la domanda da cui è partito il confronto tra due grandi operatori del settore dei rischi come **Alleanza Assicurazioni**, del gruppo **Generali**, e **Bnp Paribas Cardif**, il braccio assicurativo del colosso finanziario francese.

La fisionomia della nuova assicurazione, come ha introdotto il tema il direttore di Insurance Review, **Maria Rosa Alaggio**, ha le sue radici nella capacità dei singoli operatori di rinnovare i modelli di business, un *fil rouge* che passa attraverso la maggior parte dei dibattiti tra gli addetti ai lavori. Le compagnie stanno individuando nuovi modelli che porteranno al consolidamento di un nuovo mercato.

Insomma, un tema complesso e stimolante per un'industria che sta imparando a fare tante altre cose, oltre che sottoscrivere rischi.

UN FUTURO SELETTIVO

Secondo **Davide Passero**, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni, "dire che questo settore è in trasformazione è quasi una banalità"; più interessante è cercare di capire dove porterà questo mutamento.

"Il cambiamento - ha continuato Passero - porterà un'inevitabile selezione degli operatori". Sono tre gli ambiti su cui si gioca la partita: il primo è il modello di relazione, che sta cambiando sulla scorta sia delle normative, come l'*Idd*, sia grazie alle aspettative dei clienti, via via sempre più consapevoli. "Poi ci sono i modelli di protezione - ha spiegato Passero -, che aprono nuovi spazi per interpretare i servizi in modo più semplice e utile". Cambia, contemporaneamente, la profilazione dei rischi grazie a un uso sempre più pervasivo dei big data: "fare assicurazione sarà fare data management", ha ribadito l'ad di Alleanza.

Tra le sfide più urgenti da affrontare, c'è poi quella che coinvolge le compagnie tradizionali sul campo del ramo vita. Per Passero, occorre "sfidare le banche e gli intermediari finanziari sul loro territorio"; l'assicurazione non dovrà solo difendersi, ma anche attaccare.

DALL'OPEN INNOVATION AGLI ALGORITMI

Bnp Paribas Cardif è stata tra le prime realtà nel nostro Paese a parlare di *open innovation*, attraverso strategie e obiettivi chiari. **Isabella Fumagalli**, ceo uscente di Bnp Paribas Cardif e responsabile **Bnl Bnp Paribas** private banking e wealth management, ha ricordato che già nel 2014 l'*open innovation* era stata un modo

per “mettere in discussione il modello di business”, aprendo alla collaborazione con le start up: “ci interessava un pensiero fresco e non autoreferenziale sui bisogni del clienti”, ha spiegato Fumagalli. Da quell’esperienza Cardif ha iniziato a cambiare il modello di offerta, dapprima con nuovi prodotti basati su IoT e sul concetto di prevenzione; poi lavorando “sull’esperienza del cliente in ottica di economia circolare, fino ad arrivare al capitolo degli investimenti”. Grazie all’utilizzo degli algoritmi, Cardif ha impiegato un “modello di protezione e un modello di servizio indipendenti dal canale di distribuzione scelto dal cliente”, come ha sottolineato la top manager. “L’assicurazione – ha chiosato – è data management ma soprattutto risk management: dobbiamo aiutare le persone a capire la parte del rischio che non possono assumersi, e lì intervenire”.

ASCOLTO ED EDUCAZIONE ASSICURATIVA

Per le persone non è semplice avere chiari i propri bisogni di protezione: si dice da sempre, e oggi con più forza ancora, che uno dei principali ostacoli all’ingresso nel settore assicurativo sia la mancanza di cultura finanziaria e dei rischi. Alleanza e Bnp Paribas sono realtà impegnate nelle attività di ascolto ed educazione. Come ha ricordato Fumagalli, le ricerche periodiche e ad ampio raggio (l’ultima condotta su oltre 30



Da sinistra: **Davide Passero**, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Isabella Fumagalli**, ceo uscente di Bnp Paribas Cardif e responsabile di Bnl Bnp Paribas private banking e wealth management

PROTEGGERSI PER INVESTIRE

La rete Alleanza è tradizionalmente considerata una delle eccellenze nella distribuzione del ramo vita e previdenza. Oggi si apre anche al settore danni. Perché? E perché proprio ora? La risposta diretta a queste domande è come ha detto l’ad Davide Passero, “se non ora quando?”. La grande opportunità data dal ramo danni in questo periodo è ovviamente sotto gli occhi di tutti, e per questo Alleanza ha coniato il motto *proteggere per investire*. “Fare protezione – ha spiegato Passero – prescinde dai rami, non c’è un’alternativa tra la protezione e l’investimento: noi diciamo *proteggiti prima, per investire meglio*”. Secondo Passero, gli italiani non sono sottoassicurati ma “diversamente assicurati”. I 1.700 miliardi di euro sui conti corrente sono una forma di autoassicurazione inefficiente: “l’unica risposta seria da dare – ha detto Passero – è liberare risorse per la protezione. Chi fa assicurazione come Alleanza deve dare risposte adeguate, che è poi la vera sfida dell’assicurazione moderna”.

Paesi) servono per capire le esigenze e i trend: oggi, dopo più di un anno di pandemia, la paura più diffusa è quella di non poter sostenere il proprio stile di vita. “Sulla base delle risposte – ha chiosato Fumagalli – investiamo per trovare soluzioni sul medio e lungo periodo”.

L’educazione finanziaria è, peraltro, un impegno dell’*Agenda 2030* dell’Onu, e un tema rilevante in tutto il mondo. “È stata chiaramente dimostrata – ha fatto notare Passero – la correlazione tra educazione finanziaria della popolazione e sviluppo sostenibile. Gli operatori hanno tutto l’interesse a interloquire con un cliente consapevole e capace di comprendere le scelte di risparmio, previdenza e protezione di cui si parla”. La sfida dell’educazione assicurativa è una partita tutta ancora da giocare e non è detto che la si vinca: riuscirci dipenderà anche dalla capacità di innovazione degli addetti ai lavori.