

DALLA TECNOLOGIA ALLA RELAZIONE PERSONALE

GLI AGENTI SONO AMICI DEI LORO CLIENTI, FORNISCONO CONSULENZA E SUPPORTO NELL'INTERPRETAZIONE DEL CONTRATTO ASSICURATIVO. QUESTO RAPPORTO, DA VALORIZZARE CON I VANTAGGI DELLA DIGITALIZZAZIONE IN UN MONDO CHE CAMBIA VELOCEMENTE, SARÀ LA VERA CARTA VINCENTE DEL CANALE AGENZIALE

“Chi si ferma è perduto. Il rischio maggiore è stare fermi”. Un'affermazione forte, quella di **Alberto Sangiovanni Vincentelli**, dottore di ingegneria presso il Politecnico di Milano, titolare della cattedra di Ingegneria elettronica e computer science presso l'Università della California, Berkeley, e membro del comitato scientifico del Cnr, che sintetizza la necessità di seguire il cambiamento, inteso come digitalizzazione e multicanalità e di sfruttare l'andamento delle innovazioni.

“In questo – spiega il docente, nel corso della tavola rotonda, moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*, che si è tenuta al congresso del gruppo agenti Sai – **Google** fa scuola: la recente entrata nel mercato assicurativo, con l'acquisto di una delle più importanti società di brokeraggio inglesi e gli investimenti nella guida assistita, confermano la sua volontà a cavalcare il cambiamento, sfruttando la sua posizione di forza. Google si prepara alla rivoluzione muovendosi su più fronti ed è proprio questa la novità: vendere in due mercati diversi, automobili e assicurazioni, sfruttando le sinergie”.

BIG DATA PER CAPIRE CHI SIAMO

Il problema resta la ricerca del sistema migliore per cambiare: oggi i mercati subiscono confusione e incertezze ed è indispensabile la capacità di interpretare il cambiamento utilizzandolo nel modo più proficuo. “Uno strumento importante – avverte Vincentelli – è quello dei *big data* che aiutano a capire chi siamo, a interpretare i nostri bisogni e le nostre esigenze, pur senza conoscerci: dati sensibili, acquisti on line, orientamenti politici, gusti

e hobby di milioni di persone guideranno il tentativo di personalizzare il prodotto e consentiranno di raggiungere le persone anche in zone non coperte o con scarso indice di penetrazione assicurativa”.

Ma la digitalizzazione non basta. “Resta insostituibile – conferma Vincentelli – l'assicuratore con la A maiuscola: colui che è amico del cliente e che risolve il problema assicurativo, in caso di sinistro serio e che aiuta l'assicurato a capire le decine di pagine di contratti, scritti in modo incomprensibile e illeggibile; un fardello troppo pesante per il cliente”.

LA SICUREZZA INFORMATICA PER TUTTI

Se da un lato l'Ict rappresenta una grande opportunità per il mercato assicurativo, dall'altro pone un problema: la sicurezza informatica deve essere garantita a tutti. “Le guerre, avverte il docente, potrebbero nascere dagli hacker informatici, che hanno il potere di distruggere l'intera economia di una nazione, con un semplice click. Tra cinque anni non saranno più utili scatole nere, smartphone e tablet: tutto ciò che il mercato digitalizzato offre, oggi, sarà da museo della scienza e non ci saranno più le frodi come le conosciamo attualmente”.

Dunque, le compagnie che non comprenderanno questo pericolo rischiano di perdere il 10% del loro portafoglio. “La distruzione del sistema informatico ci riporterebbe nell'era dell'homo sapiens ed è quindi indispensabile – conclude il docente – che il mondo evoluto prenda iniziative atte a limitare i possibili danni. Perché le guerre del futuro saranno queste”. **L.S.**