

dal sito www.milanofinanza.it

articolo di **Marco Capponi**

7 maggio 2021

Gli operatori del settore non temono la disintermediazione degli strumenti online. Si aprono a big data e blockchain. Già prima della pandemia era stato avviato il processo, ma non in ottica sistemica. Importante colmare il gap generazionale

Come il mondo delle banche, anche quello delle assicurazioni non può più fare a meno di rapportarsi con il tema della digitalizzazione. La tendenza, che si chiama per l'appunto insurtech, è stata censita dall'ultimo report di lia (Italian Insurtech Association), che col supporto di elipsLife e Emf Group ha passato in rassegna il rapporto tra operatori delle polizze e nuove tecnologie nell'anno successivo a quello pandemico.

Quello che emerge dallo studio è che gli addetti che operano come intermediari non temono la disintermediazione portata dall'utilizzo di strumenti online. Per un broker su due non ci saranno problemi nei rapporti coi clienti, percentuale che sale al 63% per gli agenti plurimandatari. Per rimanere competitivi, infatti, tre esperti su quattro ritengono che non si possa prescindere da strumenti ormai entrati nel quotidiano del mondo finanziario, come big data, web services, intelligenze artificiali e blockchain.

Un aspetto importante del report riguarda poi ciò che è stato fatto prima dell'avvento della pandemia. Per il 73% degli intermediari assicurativi già negli anni precedenti era stata avviata l'automatizzazione dei processi, soprattutto in pratiche quotidiane come emissione di polizze, richieste di quotazione e gestione dei pagamenti. Manca però una visione più strategica, che risponda alle esigenze di interazione in remoto dei clienti: per quattro operatori su cinque non c'è infatti stato ancora modo di implementare siti o app deputati alla vendita dei prodotti.

Un ultimo passaggio è infine quello del gap generazionale: lia riporta infatti che per ben l'85% dei giovani consumatori l'offerta assicurativa non è in linea con le loro esigenze. Chi usufruisce delle polizze tramite mezzi digitali chiede in prevalenza maggiore usabilità online (72%) e integrazione con gli smartphone (81%).