

Digitale e assicurazioni: come il gruppo CF Assicurazioni riduce la distanza

Secondo il Rapporto Annuale ISTAT 2021, le tecnologie digitali rappresentano una componente strategica per la competitività dei Paesi e per l'evoluzione dei sistemi produttivi verso una maggiore sostenibilità. In particolare, viene sottolineato come durante la crisi sia cresciuta l'offerta di servizi digitali dedicati alla clientela e che l'incidenza di unità produttive in grado di offrirli potrebbe triplicarsi entro la fine dell'anno, dando così un ulteriore impulso all'evoluzione digitale delle aziende. In questo contesto, con 13 milioni circa di utenti eCommerce e quasi il 90% della clientela bancaria che opera online, il settore assicurativo spinge verso la scalata, facendo leva sul cliente tradizionale che si è trasformato in utente evoluto, consapevole ed attento. **Il consumatore digitale, infatti, rappresenta oggi il 32% del target assicurativo** e, stando alle ultime prospettive degli istituti di ricerca (IIA-Italian Insurtech Association), è destinato ad aumentare esponenzialmente fino a raggiungere l'82% del totale nei prossimi 10 anni. Le Compagnie stanno sempre più investendo su attività insurtech che porteranno, nel giro di pochi anni, alla completa digitalizzazione del processo assicurativo, ampliando il ventaglio di polizze full digital fino ad un dato stimato del 30-40% in più rispetto al mercato attuale.

“Ed è in questa direzione che va il Gruppo CF Assicurazioni - afferma *Mauro Rocchi, AD della società di cui Tecnocasa è azionista di maggioranza* - che intende integrare il mondo fisico, professionisti ed operatori sul territorio, con quello digitale attraverso un percorso mirato a fornire al cliente una consulenza approfondita e allo stesso tempo veloce, on-demand anche da remoto, guadagnandone in competitività ed innovazione”. “Andremo ad agire sulle competenze e sugli strumenti; le nostre sfide per il prossimo futuro - spiega Rocchi - consisteranno nell'**individuare partnership con startup del settore insurtech** per cogliere tutte le opportunità del mercato e nell'**adottare sistemi per innovare e semplificare il processo distributivo**, agevolando la comunicazione tra i distributori e la compagnia”. “A tal proposito, - conclude l'AD di CF Assicurazioni - abbiamo già avviato una serie di consultazioni con realtà innovative legate all'insurtech per implementare **processi di vendita predittivi** attraverso modelli di blockchain e big data per raggiungere i consumatori del target con la polizza più adatta alle loro esigenze sulla base di abitudini ed attitudini, facendo quindi la differenza anche in questo”.