

Fincons Insurance Insights

Uno sguardo sul futuro tra visione e innovazione

Al Museo Alfa Romeo di Arese, Fincons Group incontra le compagnie assicurative per un confronto sui trend tecnologici del settore

a cura della redazione



Michele Moretti CEO e **Francesco Moretti** group deputy CEO and CEO International di **Fincons Group**

Lo scorso 19 ottobre, al **Museo Storico Alfa Romeo di Arese**, Fincons Group ha riunito i protagonisti del settore assicurativo italiano per parlare di sfide e opportunità della trasformazione digitale.

Location dell'evento, un luogo simbolo del design, della bellezza e dell'innovazione **Made in Italy**, valore che da sempre contraddistingue anche il brand Fincons e la sua storia di solida family company costantemente proiettata al futuro, capace di anticipare le tendenze del mercato e offrire tecnologie e soluzioni sempre all'avanguardia.

L'evento *Fincons Insurance Insights* apre un nuovo capitolo, dove tecnologia e tradizione si incontrano e restano collegati a doppio filo, dimostrando che l'eccellenza italiana può essere un faro luminoso nell'era del cambiamento.

L'unica costante è il cambiamento - **Michele Moretti**, CEO del Gruppo, nel suo intervento di apertura sottolinea l'importanza della continuità nella crescita dell'azienda. Una realtà con una solida base familiare, con il figlio **Francesco** nel ruolo di **group deputy CEO** e **CEO International**, e una crescita costante che si traduce in un fatturato di 228 milioni di euro alla fine del 2023, raddoppiato negli ultimi 5 anni, e un aumento significativo del numero dei collaboratori, 2900 in totale.

«Oggi, l'unica costante è il cambiamento» – afferma **Michele Moretti**, «e noi ci impegniamo al massimo per anticipare le trasformazioni del mercato e garantire continuità di crescita dei nostri clienti. Siamo nati come una software house 40 anni fa e, negli anni, sempre come una family company, ci siamo evoluti fino a diventare una multinazionale della consulenza IT e system integration. Abbiamo sempre avuto una visione lungimirante, in grado di anticipare i trend del mercato per garantire ai nostri clienti il meglio delle tecnologie esistenti. Parte integrante della nostra strategia è il continuo confronto con il mercato, ecco il perché di questo evento. Riteniamo che la collaborative innovation con i nostri clienti e i centri di ricerca ed università sia un modello vincente, che abbiamo sempre abbracciato con forza per portare sul mercato la trasformazione che serve».

Altro fiore all'occhiello di Fincons, è il modello di delivery in smart-shore, attraverso il quale il Gruppo offre servizi IT e soluzioni innovative alle aziende clienti in tutto il mondo. «Il nostro Delivery Center di Bari, centro di eccellenza dell'innovazione Made in Italy, dall'apertura nel 2008 è cresciuto stabilmente, sia in termini di risorse che di competenze, e oggi può contare su mille professionisti qualificati, con skill tecnologiche, funzionali e di business. Solo così – conclude Moretti – possiamo essere protagonisti del cambiamento e continuare a crescere ancora per i prossimi 40 anni».

Una continuità di visione garantita anche dalla presenza in azienda del figlio Francesco Moretti, che segue personalmente la crescita internazionale del Gruppo e lo sviluppo del business dell'azienda.

L'italian-tech nel mondo - Nel suo discorso, **Francesco Moretti** mette in evidenza l'espansione internazionale di Fin-

Assicurazione su misura, nuove opportunità di monetizzazione, efficienza operativa e riduzione dei costi. Boom degli investimenti digitali: +29% all'anno fino al 2026

cons, che è presente, oltre che in Italia e Svizzera - considerati mercati domestici - anche in UK, Francia, Germania, Belgio e Stati Uniti; la capacità del Gruppo di attrarre talenti e l'acquisizione costante di competenze su nuove tecnologie tramite collaborazioni strategiche.

Un impegno a lungo termine, quello dell'internazionalizzazione, fondamentale per portare il valore dell'italian tech nel mondo. «Questo percorso - spiega Francesco Moretti - non solo ci ha posizionato come protagonisti nell'offerta di servizi e soluzioni all'avanguardia anche a livello internazionale, ma ha anche consentito all'azienda di scoprire e approfondire nuove tecnologie. La nostra crescita è stata sempre organica, ma ora abbiamo deciso di dare un'ulteriore spinta attraverso acquisizioni mirate, come quella in corso di completamento negli Stati Uniti, che ci permetterà, dal primo gennaio 2024, di accogliere nel nostro team in USA sessanta professionisti con base a Los Angeles e ulteriori quaranta in India, a Mumbai, dove aprirà la nuova società Fincons India. La visione e l'ambizione di lungo periodo per noi sono must irrinunciabili, così come l'impegno continuo sul fronte della Ricerca e Sviluppo. Solo così crediamo sia possibile portare il Made in Italy nel mondo».

Il punto di vista di Fincons - Banche e Assicurazioni sono il focus della **BU Financial Services and Insurance**, che contribuisce per il 36% al volume di affari di Fincons, contando su oltre 900 professionisti qualificati che collaborano con più di 25 Compagnie assicurative.

Giuliano Altamura, general manager della Business Unit e per l'occasione moderatore dell'evento, ha evidenziato nel suo intervento come le dinamiche di costante evoluzione del settore assicurativo richiedano alle compagnie assicurative di orientarsi verso un efficientamento dei modelli di business esistenti e alla creazione di nuovi. Obiettivo che è possibile raggiungere muovendosi su specifiche direttrici di innovazione digitale, quali lo sviluppo di canali digitali performanti e facilmente fruibili grazie a una UX ottimizzata; la realizzazione di portali per consentire alla forza vendita di raggiungere gli obiettivi commerciali; l'orchestrazione dei processi e la loro automazione quando necessaria, per ridurre tempi e costi di gestione delle operation, l'evoluzione delle applicazioni per consentire il loro passaggio in cloud e, infine, la realizzazione di soluzioni in grado di valorizzare al meglio il patrimonio dati a disposizione dell'azienda.

In corsa verso il business digitale - È indubbio quindi che il settore assicurativo stia vivendo una profonda trasformazione. Stando alle previsioni di IDC, gli investimenti delle compagnie assicurative nel digitale stanno registrando un tasso di crescita medio annuo del 29% nel periodo compreso tra il 2020 e il 2026, a fronte di un 13% relativo agli investimenti tradizionali. Nel 2024, la spesa digitale complessiva delle compagnie supererà la spesa destinata ai sistemi tradizionali. Secondo **Davide Palanza, global insurance lead, IDC Financial**



Giuliano Altamura general manager BU Financial Services and Insurance di **Fincons Group**

Insights, la trasformazione digitale offre nuove opportunità di monetizzazione alle compagnie, attraverso nuove modalità di accesso a prodotti e servizi assicurativi, la personalizzazione dei prodotti sulla base delle specifiche esigenze dei clienti, l'incremento dell'efficienza operativa per ridurre i costi e aumentare l'accessibilità delle polizze e l'introduzione di nuovi prodotti a copertura dei rischi emergenti. Questo richiede una visione a lungo termine e l'adozione corretta delle tecnologie digitali. «Le compagnie assicurative - spiega Palanza di IDC - stanno spostando l'attenzione non solo sull'innovazione del modello di business, ma anche su come gestirlo in modo sostenibile ottimizzando il ritorno degli investimenti nel digitale. Essere un'azienda assicurativa digitale significa elevare il ruolo delle tecnologie, evolvendo i processi interni ed esterni, offrendo una nuova esperienza assicurativa».

AI e data governance, due macro-trend su cui puntare - L'intelligenza artificiale è diventata cruciale per la trasformazione nel settore assicurativo. Fincons collabora con partner come **expert.ai** per promuovere un approccio "Hybrid AI", con l'obiettivo di sfruttare i benefici offerti da tutte le diverse tecnologie di AI e ottenere risultati più efficaci e completi. L'intelligenza artificiale è oggi al centro dell'attenzione per le sue enormi potenzialità, grazie anche al clamore mediatico generato dai large language model (LLM) come Chat GPT. Secondo **Andrea Ricotti, VP sales director EMEA - Global Channel Development di expert.ai**, bisogna andare oltre l'hype che oggi circonda l'intelligenza artificiale generativa. L'approccio di expert.ai si basa su un principio molto semplice: «Non esiste una singola tecnologia che va bene per tutto. Esiste però la possibilità di combinarle per sfruttarle al meglio, arrivando a realizzare soluzioni accurate e verticali per



La BU Financial Services and Insurance contribuisce per il 36% al volume di affari di Fincons, contando su oltre 900 professionisti qualificati che collaborano con più di 25 Compagnie assicurative

coprire le specifiche esigenze del settore». Anche il tema della data governance è oggi sotto i riflettori, in quanto garantisce dati di alta qualità, sicurezza, tracciabilità, conformità e pone le basi per l'implementazione ottimale dell'AI in azienda. Tutto ciò agevola i processi decisionali delle organizzazioni, aspetto ancor più importante nel settore assicurativo che deve garantire un'adeguata protezione di beni e persone. «La data governance evoluta è molto più che un mero adempimento degli obblighi normativi» – spiega **Federico Genoese Zerbi, DG Sud Europa di Ab Initio**, partner di Fincons in ambito data excellence. «La valorizzazione dei dati è la base per una gestione aziendale di successo. L'adozione di piattaforme dati evolute consente di avere, in modo semplice e immediato, una rappresentazione chiara dei dati disponibili in azienda, un controllo accurato sulla qualità degli stessi, una comprensione approfondita e un loro utilizzo efficace per guidare i processi aziendali».

Esempi concreti di innovazione - L'evento ha dato spazio anche alla voce di importanti clienti di Fincons, tra cui **Vittoria Assicurazioni** e **Gruppo ITAS Assicurazioni**, che hanno raccontato le loro esperienze di innovazione.

Vittoria Assicurazioni ha implementato un nuovo modello di vendita, "Vittoria con te", che permette agli assicurati di personalizzare le coperture in base alle proprie esigenze, portando avanti un piano di crescita che punta all'omnicanalità per raggiungere e servire i clienti. «In questo modo non è più il cliente a doversi adattare al prodotto ma, al contrario, il cliente è libero di scegliere le coperture su misura rispetto ai propri bisogni» – spiega **Simo-**

na Masotina, responsabile Sistemi Informativi di Vittoria Assicurazioni. «Abbiamo avviato anche la creazione di un nuovo canale di vendita completamente digitale, integrato con la rete fisica di agenzie, che permette di combinare la visibilità e la capacità di penetrazione del mercato digitale con la professionalità e il livello di servizio della rete sul territorio. Con Fincons, condividiamo un lungo percorso di collaborazione, che dura da più di 15 anni, e la realizzazione di progetti innovativi e di successo».

Per il Gruppo ITAS Assicurazioni, l'integrazione dei propri sistemi, sia con applicazioni interne, sia con applicazioni di terze parti tramite API (Application Programming Interface), rappresenta un elemento imprescindibile. «Nel corso del 2023, questo approccio ha permesso l'avvio della vendita di prodotti assicurativi in collaborazione con importanti partner distributivi» – spiega **Andrea Detassis, CIO di ITAS Assicurazioni**. «La realizzazione di una nuova architettura basata sull'approccio API-led consente un riutilizzo del catalogo delle API di base per formare interfacce di programmazione delle applicazioni più complesse che interagiscono con i diversi canali di distribuzione delle polizze. Ad oggi, abbiamo sviluppato oltre 1.800 API, di cui oltre la metà solo nel settore danni».

L'evento ha fatto emergere una visione comune sull'importanza crescente del business digitale nel futuro delle assicurazioni e la necessità di avvalersi delle competenze tecnologiche e di business disponibili nel mercato per cogliere al meglio tutte le opportunità di monetizzazione e competere efficacemente generando valore per gli utenti finali.