



INSURZINE

<https://www.insurzine.com/2021/05/03/i-prossimi-obiettivi-di-bene-assicurazioni-nel-segno-della-tecnologia/>

ASSICURAZIONI

I prossimi obiettivi di Bene Assicurazioni nel segno della tecnologia

I prossimi obiettivi di Bene Assicurazioni nel segno della tecnologia. “La nostra crescita nel 2020 è stata ancora a doppia cifra grazie ad un modello di business resiliente con leva sulla digitalizzazione e tecnologia”. A dirlo è stato Lodovico Radice, Cfo di Bene Assicurazioni, in un evento online tenutosi il 29 aprile durante il quale [...]

03/5/2021 - by Redazione



I prossimi obiettivi di Bene Assicurazioni nel segno della tecnologia.

“La nostra crescita nel 2020 è stata ancora a doppia cifra grazie ad un modello di business resiliente con leva sulla digitalizzazione e tecnologia”. A dirlo è stato **Lodovico Radice, Cfo di Bene Assicurazioni**, in un evento online tenutosi il 29 aprile durante il quale sono stati presentati i risultati raggiunti e i prossimi obiettivi fissati dalla Compagnia. “Abbiamo intrapreso un percorso di crescita che ci ha portato a registrare un tasso composto di crescita del 118%, un risultato che ci pone ben sopra la media del mercato. Il 2020 abbiamo raggiunto 100 milioni come raccolta con tasso di crescita del 38,6% – continua Radice – Stiamo perseguendo anche una diversificazione del nostro business verso i segmenti che riteniamo più profittevoli, quello motor è il più importante. Abbiamo dimostrato di dare piena esecuzione del nostro piano industriale con la creazione di valore. Il nostro approccio rimane sempre molto disciplinato, la crescita deve essere coniugata con un'adeguata redditività tecnica. Stiamo spingendo molto sull'efficienza operativa. Il gross operating profit è aumentato a 8,2 milioni di euro. Durante il 2020 nonostante la forte volatilità dei mercati finanziari abbiamo mantenuto un'adeguata posizione di capitale, con un 191%”.

Soddisfatto dei numeri è anche **Andrea Sabia, Ceo di Bene Assicurazioni**. “Essere in queste condizioni è un elemento di forte stabilità e grande fiducia sulle prospettive del breve e lungo

termine. Siamo consapevoli che dobbiamo mantenere i piedi per terra con la massima umiltà perché il nostro modello deve fare tanta strada con tanta attenzione alla performance tecnica. Siamo convinti di poter replicare quello fatto fino ad ora.”

Secondo **Alberto Dominici, Coo di Bene Assicurazioni**, i risultati raggiunti dalla Compagnia in questi anni “sono frutto di quattro diversi fattori legati alla tecnologia: rapidità con cui abbiamo impiantato la tecnologia in meno di 6 mesi, semplicità e immediatezza d’uso della piattaforma gestionale degli agenti e la scelta fin da subito di una forte digitalizzazione con vantaggi in efficienza amministrativa nel settore in cui ci muoviamo anche avviando un canale diretto e partnership che producono premi in modo significativo”.

I prossimi obiettivi di Bene Assicurazioni

Dominici ha poi elencato i nuovi obiettivi di Bene Assicurazioni che “richiedono un rafforzamento delle tecnologie. Abbiamo già sviluppato una serie di progetti importanti per supportare la nuova fase di crescita della compagnia: sul canale online con un sito dedicato all’e-commerce. Partiremo da auto, motor, animali domestici e viaggi con un’offerta che si completerà nel 2022. È un sito basato su concetti di customer experience e un intenso uso di analytics lungo la customer journey. Abbiamo anche progettato una piattaforma CRN per tutta la compagnia. Abbiamo inoltre previsto investimenti in advance e analytics con normalizzazione delle fonti dati. Infine l’ultimo progetto in cantiere è un percorso progressivo di insursing per startup per una continua evoluzione e la creazione di un modello operativo di open insurance platform con architettura aperta a cogliere le opportunità sui canali non tradizionali.”

A concludere l’evento è ancora Sabia che snocciola i prossimi obiettivi della Compagnia. “Noi siamo pronti a declinare la nostra offerta online. Con questa prospettiva i prossimi 3 anni ci vedranno impegnati a: realizzare una rete di agenti con 400 punti vendita, passare a 600 mila clienti e raddoppiare il nostro fatturato”.