



Il futuro delle assicurazioni  
per le PMI dopo la pandemia

# Executive Summary

I due anni di emergenza Covid hanno portato le PMI ad una maggiore consapevolezza dei rischi e alla richiesta di un modello di protezione basato su coperture mirate e servizi di consulenza a 360° legati all'attività di impresa, che risulta ancor più evidente nell'attuale complesso scenario geo-politico internazionale.

Con l'irruzione della pandemia la domanda di coperture assicurative da parte delle PMI italiane è rimasta alta e in futuro è attesa in ulteriore aumento, anche alla luce delle conseguenze derivanti dall'attuale complesso scenario geo-politico internazionale.

Come emerge dallo studio Deloitte, condotto a livello internazionale, le PMI italiane dichiarano di avere un elevato livello di copertura assicurativa, una buona comprensione dei contenuti di polizza e la corretta tipologia di copertura.

In particolare, la pandemia ha aumentato la propensione all'acquisto delle polizze (per una 1 PMI Italiana su 3 vs 1 su 2 media del campione internazionale), per tre motivi principali: maggior consapevolezza dei rischi, volontà di evitare ulteriori impatti negativi sull'attività d'impresa e maggiore vulnerabilità finanziaria; allo stesso tempo, il prezzo si rende un aspetto rilevante nella scelta di acquisto delle coperture assicurative (per il 38% delle PMI Italiane è il secondo aspetto più importante nella scelta, dopo la fiducia verso l'intermediario).

Ma la pandemia ha anche accelerato l'evoluzione dell'offerta assicurativa: il settore ha saputo reagire al contesto garantendo un'evoluzione dell'offerta in termini di servizi in chiave consulenziale, scontistiche dei premi e un'accelerazione delle tempistiche di pagamento dei sinistri. La risposta del settore assicurativo è stata apprezzata dalle PMI Italiane: la fiducia verso il settore – già alta nel periodo pre-pandemico – è aumentata durante la pandemia (per il 58% delle PMI Italiane vs 71% media del campione internazionale). Anche da un punto di vista prospettico, la domanda di servizi aggiuntivi in chiave consulenziale resta confermata (per oltre il 90% delle PMI a livello italiano e internazionale).

Lo scenario attuale ha anche cambiato la percezione dei rischi tra le PMI italiane: il rischio cyber e quello pandemico sono indicati come i principali aspetti da cui proteggersi, anche a fronte di rischi più "tradizionalmente" noti, come il rischio sistemico, rischio climatico e rischio catastrofe. Percezione a cui non sempre corrisponde una maggiore volontà e capacità di spesa nell'immediato.

Un altro cambiamento che è stato accelerato dalla pandemia, e che si rende ancor più evidente alla luce dello scenario internazionale attuale, è la maggiore richiesta di flessibilità (come dichiarato da circa l'80% del campione a livello italiano e internazionale): le PMI italiane si dimostrano favorevoli ad un modello elastico di copertura assicurativa che risulti coerente con gli specifici bisogni aziendali, la dimensione e le peculiarità degli asset aziendali e le politiche di prevenzione del rischio.

Con riferimento al modello distributivo: il canale fisico resta centrale per la fase di acquisto con il canale digitale ormai prevalente nella gestione della copertura sia in fase di prevendita che in fase di post-vendita.

Non da ultimo, le PMI si mostrano favorevoli all'acquisto di coperture e servizi assicurativi da operatori "non tradizionali" (come dichiarato dal 90% del campione a livello italiano e internazionale) e aprono le porte a possibili nuove occasioni di partnership tra il settore assicurativo e questi operatori.

## Principali risultati dell'indagine

L'indagine "Il futuro delle assicurazioni per le PMI nel contesto post-pandemico" è stata svolta da Deloitte a livello mondiale nella seconda metà del 2021 con l'obiettivo di esplorare il percepito delle PMI verso il settore assicurativo, le caratteristiche che rendono attrattiva l'offerta alla luce dei nuovi bisogni legati allo scenario attuale e l'evoluzione nei comportamenti d'acquisto.

L'indagine è stata condotta su 5.300 PMI distribuite in 14 Paesi (i.e. Italia, USA, Canada, UK, Irlanda, Belgio, Svizzera, Francia, Danimarca, Norvegia, Svezia, Cina, Giappone e Australia). Il campione si compone di aziende rappresentative di tutti i settori industriali, con un numero di dipendenti compreso tra 5 e 75 (media 34) e fatturato compreso tra 450k \$ e 33 mln \$ (media 4,5 mln \$).



## Con l'irruzione della pandemia la domanda di coperture assicurative da parte delle PMI italiane è rimasta alta e in futuro è attesa in ulteriore aumento

Nel contesto attuale le PMI dichiarano di:

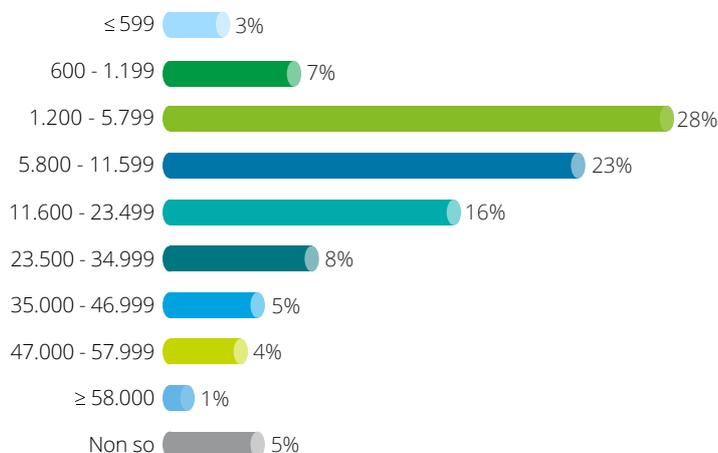
- Avere un **elevato livello di copertura assicurativa**: solo il 4% delle PMI Italiane non possiede alcuna copertura assicurativa (in linea con la media del campione internazionale: 2%); in termini di **tipologie di coperture assicurative** possedute, quelle più diffuse tra le PMI Italiane risultano nell'ordine:
  - Protezione flotta aziendale: 48% vs 34%** media del campione. Si tratta del dato più alto registrato insieme a quello della Francia (40%). L'incidenza più bassa si registra in US/Canada: 28% e nei Paesi Nordics (Danimarca, Norvegia, Svezia): 31%
  - Business property insurance** (protezione dai danni diretti a fabbricato e/o contenuto): **37% vs 46%** media del campione (l'incidenza più alta si registra nei paesi anglosassoni, in particolare oltre il 55% per Australia, US, UK)
  - Responsabilità Civile verso dipendenti, fornitori, clienti: 29%** (in linea con media campione: 31%)
  - Cyber Risk: 25%** (in linea con media campione: 26%)
  - Business interruption: 21% vs 35%** media del campione (l'incidenza più alta si registra nei paesi anglosassoni, in particolare oltre il 40% per Australia, Irlanda e US; simile al dato italiano risulta quello dei Nordics)
  - Protezione key-man: 18% vs 27%** media del campione (l'incidenza più alta, oltre il 30%, si registra in Cina, Giappone e Irlanda; simile al dato italiano quello di US/Canada)
- Avere una **buona comprensione dei contenuti** della polizza assicurativa, come dichiarato dall'**84%** delle **PMI Italiane** (dato in linea con la media del campione: 89%)
- Possedere la **corretta tipologia di copertura**, come dichiarato dal **75%** delle **PMI Italiane** (vs 84% media del campione). Il nostro Paese evidenzia il dato più basso, di contro l'incidenza più alta – oltre l'85% - si rileva in Cina, Australia, US/Canada
- Sostenere **costi per le coperture assicurative** pari a una **spesa media annua di 14.000 €** - il dato più basso registrato nel campione internazionale (22.600 € spesa media annua)

**Figura 1: Spesa media annua delle PMI per le coperture assicurative nel contesto internazionale**

Ranking	Paese	Spesa media (€)
1	Irlanda	27.463
2	Cina	26.813
3	Australia	26.626
4	Danimarca	25.379
5	US	25.347
6	Svizzera	24.855
7	Canada	22.832
8	Svezia	22.203
9	Giappone	21.951
10	UK	21.560
11	Belgio	20.379
12	Francia	18.791
13	Norvegia	18.181
14	Italia	14.013
Media globale		22.600

Q: In media, approssimativamente, quanto spende attualmente la sua azienda per le coperture assicurative all'anno?

**Figura 2: Spesa annua (EUR) delle PMI italiane per le coperture assicurative**



Q: In totale, approssimativamente, quanto spende attualmente la sua azienda per le coperture assicurative all'anno?



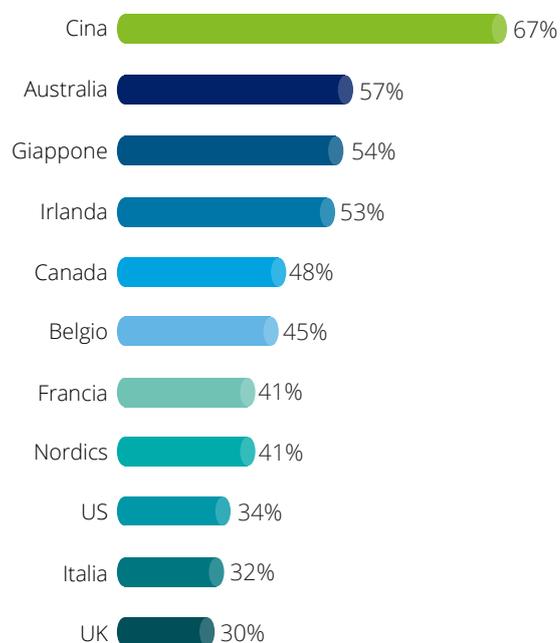
Nel **contesto attuale** il **65%** delle **PMI italiane** dichiara di aver **esaminato la propria posizione assicurativa** (vs 77% media del campione), e tra queste:

- **1 su 3** dichiara di **non aver compiuto alcun tipo di azione** e dunque **ritiene** di voler **mantenere invariato** il proprio livello di **copertura assicurativa** (vs 1 su 5 media del campione; il dato più alto si registra in Cina: 41%)
- **1 su 5** dichiara di aver acquistato **ulteriore** copertura o di **diverse tipologie** (in linea con dato medio del campione)
- **1 su 10** dichiara di aver acquistato **meno copertura assicurativa** (leggermente sotto media del campione: 16%)
- **1 su 5** dichiara di aver **pagato meno premi**

Da un punto di vista prospettico, si evidenzia come la **pandemia** abbia **aumentato** la **propensione all'acquisto** delle polizze, infatti:

- Si **riduce** la quota di **coloro** che ritengono di **voler mantenere invariato** il proprio livello di **copertura assicurativa** (1 su 2)
- **Aumenta** la quota di **coloro** che si dichiara **più propensa ad acquistare polizze assicurative** (1 su 3)

**Figura 3: Aumento della propensione all'acquisto delle polizze da parte delle PMI**



*Q: In che modo l'impatto della pandemia ha cambiato il suo atteggiamento nei confronti dell'acquisto di una copertura assicurativa?*

I **motivi** che spingono le **PMI** italiane a **propendere** verso un maggiore **acquisto** di coperture assicurative sono nell'ordine:

- Una **maggior consapevolezza** dei **rischi** per la propria **attività di impresa** (48% vs 39% media del campione)
- La volontà di **evitare ulteriori impatti** futuri **negativi** sull'**attività di impresa** - es. perdita ricavi, perdita di opportunità commerciali (42% vs 50% media del campione)
- Una maggiore **vulnerabilità finanziaria** (40% vs 46% media del campione)

Tali motivazioni risultano ancor più sentite alla luce del contesto attuale, che rende ancor più evidente il bisogno di proteggere l'attività d'impresa dalle possibili ripercussioni economiche derivanti dal complesso **scenario geo-politico internazionale**.

Nell'ottica di acquisto futuro di **diverse tipologie** di **coperture assicurative**, di seguito si riportano nell'ordine le **coperture più richieste**:

- 1) **Copertura assicurativa per personale in smart-working** (22% vs 20% media del campione)
- 2) **Business interruption** (20% vs 21% media del campione)
- 3) **Cyber insurance** (19% vs 16% media del campione)
- 4) **Credit risk insurance** (18% vs 15% media del campione)
- 5) **Protezione key-man** (15% vs 17% media del campione)
- 6) **Business property insurance** (protezione e copertura dei danni diretti a fabbricato e/o contenuto - 15% vs 19% media del campione)
- 7) **Responsabilità civile vs dipendenti, fornitori, clienti** (14% vs 15% media del campione)
- 8) **Protezione flotta aziendale** (13% vs 14% media del campione)

In generale, se è vero che si rileva una **buona propensione** all'acquisto di polizze, d'altro canto le **PMI mostrano** di avere una certa **sensibilità al prezzo** (il prezzo insieme alla fiducia rappresentano le ragioni principali per le PMI italiane nella scelta di un provider assicurativo). In particolare:

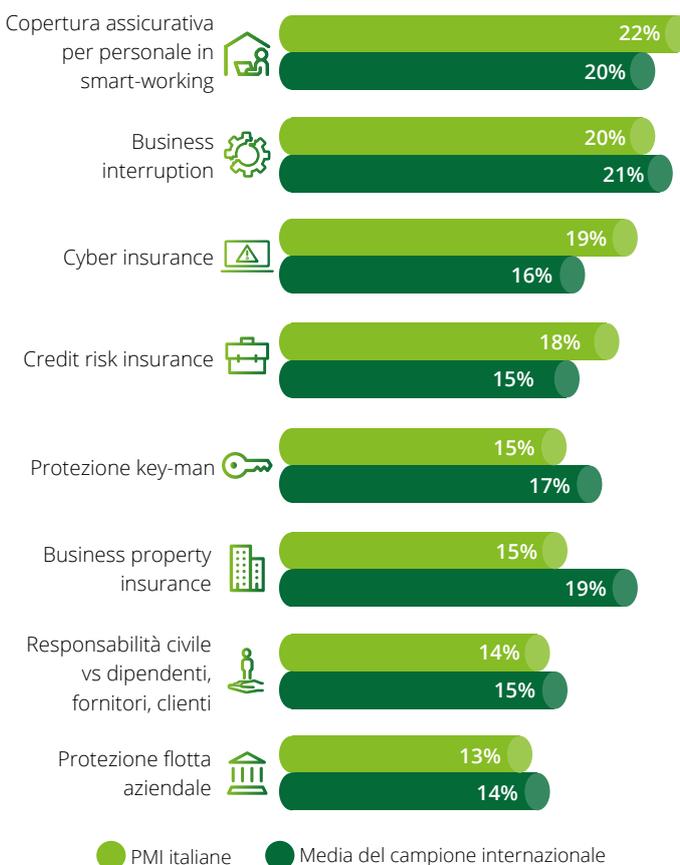
- **1 su 2** si aspetta che il **prezzo** delle **coperture** resti **invariato** (vs 21% media del campione; il dato italiano è il più alto nel campione internazionale)
- **1 su 3** si aspetta  **aumenti** dei **prezzi** (vs il 52% media del campione; oltre il 58% per Australia e Cina)
- **1 su 5** si aspetta una **riduzione** dei **prezzi** (vs 25% media del campione; sotto la media del campione ma simile al dato italiano, US e UK; Cina con il 5% rappresenta il dato più basso)

**Figura 4: I motivi che spingono le PMI italiane a propendere verso un maggiore acquisto di coperture assicurative**



Q: Per quale ragione si dice più propenso ad acquistare una copertura assicurativa?

**Figura 5: Le diverse tipologie di coperture assicurative che nell'ottica di acquisto futuro saranno più richieste**



Q: Pensando alla sua attività di impresa nei prossimi tre anni (dal 2022 al 2024), quali tipi di copertura assicurativa acquisterebbe che non siano già nel suo portafoglio prodotti (escluse le assicurazioni richieste per legge)?

## L'effetto della pandemia: capacità di adattamento delle PMI, rinnovata fiducia nel settore assicurativo

Le **PMI italiane** hanno **dimostrato** una buona **capacità di adattamento** in un **contesto internazionale** di **forte impatto** legato all'**emergenza sanitaria**, infatti:

- Il **67%** delle PMI italiane ha **sperimentato** almeno un **impatto** dovuto alla pandemia vs **76% media del campione** (tra i principali impatti: perdita di revenues – 30% vs 33% media campione; lavoro da remoto – 29% vs 38% media campione e chiusura temporanea – 24% vs 14% media campione)
- Nonostante gli impatti, **solo il 4%** delle PMI italiane ha **chiuso** l'attività in via **definitiva** (dato in linea con la media del campione)

Dall'inizio della pandemia, la **fiducia** da parte delle **PMI Italiane verso il settore assicurativo** – già **alta** nel **periodo pre-pandemico** – è **aumentata**, infatti:

- Già nello scenario **pre-pandemia**, il **96%** delle **PMI italiane** (vs 91% media del campione) dichiarava di riporre **fiducia** verso il **proprio provider assicurativo** (intermediario o compagnia assicurativa)
- Tale **livello di fiducia** è inoltre **aumentato** dall'**inizio della pandemia** per il **58%** delle **PMI italiane** (vs 71% media del campione; in particolare il dato supera il 70% in Cina, Giappone, Australia, Belgio, Irlanda e Svizzera)

A dimostrazione **dell'apprezzamento** nei confronti del **settore assicurativo**, solo il **7%** delle **PMI Italiane** ha **cambiato** il proprio **provider assicurativo** a seguito della pandemia (vs 14% della media del campione; insieme a Cina e UK il nostro Paese evidenzia il più basso "churn rate").



## La pandemia ha accelerato una evoluzione dell'offerta assicurativa verso un modello di protezione basato su coperture mirate e servizi di consulenza a 360° legati all'attività di impresa

Le **PMI italiane** riconoscono al **settore assicurativo** la **capacità** di aver saputo **gestire** il **contesto** di **difficoltà** garantendo:

- 1) **Un'evoluzione** dell'offerta coerente con i **bisogni** delle **imprese** nel **contesto emergenziale** attraverso la messa a disposizione di **servizi aggiuntivi di supporto** (es. consulenza finanziaria) come dichiarato dal **54%** delle **PMI Italiane** (vs 63% media del campione)
- 2) **Scontistiche** dei **premi**, come evidenziato dal **50%** delle **PMI Italiane** (in linea con media del campione: 48%)
- 3) **Accelerazione** delle **tempistiche** di **pagamento** dei **sinistri**, come rilevato dal **45%** delle **PMI Italiane** (vs 55% media del campione)

In merito **all'evoluzione dell'offerta**, il **settore assicurativo** è intervenuto mettendo a disposizione **servizi aggiuntivi** di consulenza relativamente a:

- Come la **pandemia** ha **cambiato i rischi** a cui è esposta la propria attività di impresa (31% vs 38% media del campione; i dati più alti - oltre il 45% - in Australia, Cina, Belgio)
- Tipologie di **rischi coperti** dalla **propria attuale copertura assicurativa** e **rischi più critici** per la propria **attività d'impresa** (28% vs 30% media del campione)
- **Risk management** (24% vs 27% media del campione)
- Come rendere la propria **copertura** più **economicamente conveniente** (28% vs 34% media del campione; i dati più alti - oltre il 35% in Cina e Australia)

Da un **punto di vista prospettico**, la richiesta di tali **servizi aggiuntivi** da parte delle **PMI** verso il **settore assicurativo** resta **confermata** (per il 92% delle PMI vs 94% media del campione).

In termini di **servizi specifici di consulenza** che le **PMI italiane** si dichiarano disposte ad acquistare, nella **figura 6** si riportano nell'ordine i **servizi più richiesti**.

Figura 6: I servizi specifici di consulenza che le PMI italiane si dichiarano disposte ad acquistare se venissero offerti dalla propria compagnia assicurativa



Q: Quali dei seguenti servizi specifici di consulenza saresti disposto ad acquistare se fossero offerti dalle compagnie assicurative?

## Lo scenario attuale ha cambiato la percezione dei rischi tra le PMI

Tra le **5** principali **categorie** di **rischio** (Cyber Risk, rischio pandemico, rischio sistemico, rischio climatico e rischio catastrofale), il **Cyber Risk** viene **individuato** dalle **PMI Italiane** (33% vs 25% media del campione; il dato italiano è il più alto nel campione) come il **primo rischio aggiuntivo** da cui ritengono necessario proteggersi e non già previsto **dall'attuale copertura assicurativa**; sostanziale pari importanza viene attribuita al **rischio pandemico** (32% vs 27% media del campione).

Questi due **rischi** assumono una **percezione maggiore** anche a fronte di rischi più **"tradizionalmente"** noti, quali: **rischio sistemico** (di natura economico-finanziaria) - **18%** vs **15%** media del

campione, **rischio climatico** - **17%** vs **19%** media del campione e **rischio catastrofale** - **13%** vs **18%** media del campione.

Osservando il contesto **internazionale**, questa **tendenza** viene **confermata**, infatti in tutti i Paesi il **Cyber Risk** e il **rischio pandemico** risultano i **rischi più percepiti** (si veda figura 7).

D'altro canto a questa percezione non sempre corrisponde una **maggiore volontà** e **capacità di spesa** nell'immediato. Infatti i rischi per i quali le PMI dichiarano una **maggiore propensione alla spesa** risultano il rischio **sistemico** e quello **catastrofale** (si veda figura 8).

Figura 7: Le 5 principali categorie di rischio da cui le PMI hanno intenzione di proteggersi, nel contesto internazionale

	Cyber Risk	Rischio Pandemico	Rischio Sistemico	Rischio Climatico	Rischio Catastrofale
Cina	2	1	3	3	3
US/Canada	1	2	5	3	4
UK	2	1	4	3	5
Francia	2	1	5	4	3
Australia & Nordics	1	2	5	3	4

Q: Contro quali dei seguenti rischi ritieni necessario proteggerti e che non è già previsto dall'attuale copertura assicurativa?

Note: La figura mostra la percezione di ciascuna categoria di rischio nel contesto internazionale. Dove è indicato 1, quella categoria di rischio viene individuata in quel/quei paese/i come il primo rischio aggiuntivo da cui si ritiene necessario proteggersi (2 indica il secondo rischio aggiuntivo da cui si ritiene necessario proteggersi, 3 ...)

Figura 8: Disponibilità a spendere delle PMI italiane per le 5 principali categorie di rischio individuate

	Cyber Risk	Rischio Pandemico	Rischio Sistemico	Rischio Climatico	Rischio Catastrofale
Fino a €599	31%	32%	17%	31%	22%
Da €600 a €1.199	19%	21%	31%	13%	17%
Da €1.200 a €5.799	19%	15%	23%	19%	26%
Da €5.800 a €11.599	10%	6%	14%	13%	6%
Da €11.600 a €23.499	6%	5%	11%	10%	10%
Da €23.500 a €34.999	4%	5%	10%	1%	7%

Q: Quanto saresti disposto a spendere all'anno per aggiungere una copertura assicurativa che copra queste categorie di rischio?

Note: In rosso, le categorie di rischio dove si registra la minore propensione alla spesa (Cyber risk, Rischio Pandemico, Rischio Climatico). In verde, le categorie di rischio dove si registra la maggiore propensione alla spesa (Rischio Sistemico e Rischio Catastrofale).

## Il contesto attuale ha amplificato la necessità di flessibilità delle coperture assicurative rispetto alla propria attività di impresa

Il **78%** delle **PMI italiane** (vs 76% media del campione) si mostra favorevole ad un **modello flessibile di copertura assicurativa** che **possa essere modificata nel corso dell'anno** (es. al variare del numero di dipendenti, clienti, valore fatturato, ...).

La **flessibilità** della **polizza** deve quindi per le **PMI** essere **coerente** con:

- Gli **specifici bisogni aziendali** (57% in linea con la media del campione)

- La **dimensione** e le **peculiarità degli asset aziendali** (es. miglia percorse dalla flotta, numero di clienti - 68% in linea con la media del campione)
- Le **politiche di prevenzione del rischio messe in atto** per **adeguare la spesa assicurativa** (25% vs 33% media del campione - es. telematica, misurazione del comportamento del conducente tramite supporti tecnologici, risk management, ...)



## Modello distributivo: centralità del canale fisico nella fase di acquisto, ricorso al digitale nelle fasi di pre-vendita e post-vendita. Apertura verso operatori “non tradizionali”

Il **canale fisico** resta **centrale** nel **processo di acquisto** delle **coperture assicurative** (58% vs 41% media del campione) e tale **tendenza** resta confermata anche in **chiave prospettica** (54% vs 40% media del campione).

Tra gli operatori assicurativi, prevale la figura dell'**intermediario** (per il 72% delle PMI vs 78% media del campione) che risulta **chiave** nella **scelta assicurativa** e nella **gestione del bisogno di protezione**. Sebbene in modo marginale, le **PMI italiane** si affidano anche direttamente alle **compagnie assicurative** (1 PMI italiana su 4).

Le principali **motivazioni** per cui le **PMI italiane** ricorrono ad un **intermediario** sono:

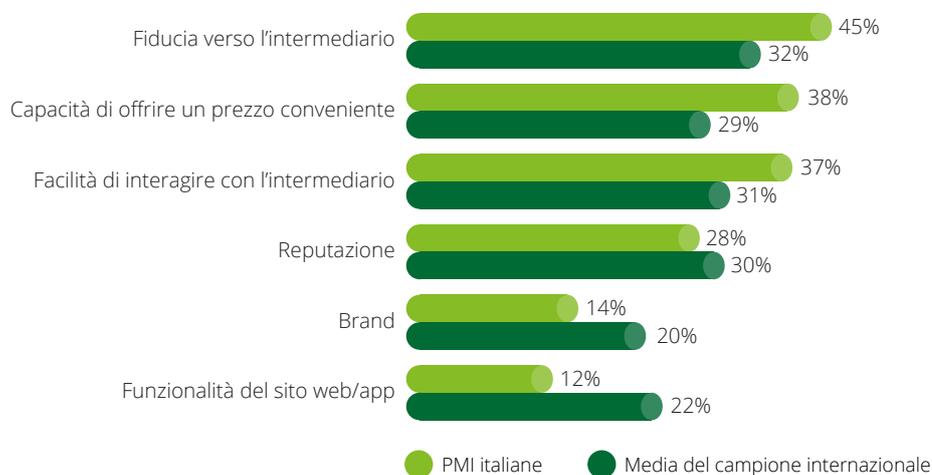
- Ricercare il **prodotto assicurativo** più adatto in funzione dei **bisogni del proprio business**: **53%** vs 48% media del campione
- Ricevere una **consulenza di risk management**: **36%** vs 37% media del campione
- Ottenere maggiore **convenienza di pricing**: **31%** delle **PMI italiane** vs 39% media del campione

Nell'**identificazione** dell'**intermediario**, le PMI Italiane ritengono importante nell'ordine:

- 1) La **fiducia** verso l'**intermediario** (45% vs 32% media del campione; il dato italiano è il più alto del campione)
- 2) La capacità di offrire un **prezzo conveniente** (38% vs 29% media del campione; i dati più alti – oltre il 30% - in Australia, Canada e Belgio)
- 3) La **facilità di interagire** con l'**intermediario** (37% vs 31% media del campione; stesso dato registrato in UK: 37%)
- 4) La **reputazione** (28% vs 30% media del campione)
- 5) Il **brand** (14% vs 20% media del campione; i dati più alti – oltre il 25% - in Cina, Giappone e Australia)
- 6) Le **funzionalità del sito web/app** (12% vs 22% media del campione; dato comparabile in UK: 14%)

Tra l'altro, il **tasso di fidelizzazione** verso l'**intermediario** risulta **elevato**: il **63%** dichiara di avere lo stesso intermediario per un tempo che va **dai 4 ai 9 anni** (vs 59% media del campione).

Figura 9: Le ragioni per cui le PMI italiane scelgono un intermediario



Q: Quali sono le ragioni più importanti su cui ti basi per l'identificazione di un intermediario assicurativo?

Sebbene il **processo di acquisto** sia fortemente basato sul **canale fisico**, questo non fa venire meno la **necessità** di strutturare un **modello digitale** a supporto del processo di **gestione** e **post-vendita** della polizza.

Risulta infatti chiave, per un provider assicurativo, avere un modello **operativo** e **tecnologico** che sia in grado di abilitare per il Cliente anche **funzionalità** e **servizi dispositivi** della **polizza** in **modalità self-service**.

Il tema del **digitale** assume dunque più **connotazioni** a beneficio delle **PMI**:

- **Informarsi** per decidere a quale **provider assicurativo rivolgersi** (34% vs 46% media del campione)
- **Semplificare** il **processo di gestione** della **copertura assicurativa** (52% vs 59% media del campione)
- Creare un **nuovo canale** per la **denuncia di un sinistro** (46% vs 59% media del campione)
- **Semplificare** il **monitoraggio** dello **status del sinistro** (61% vs 75% media del campione)

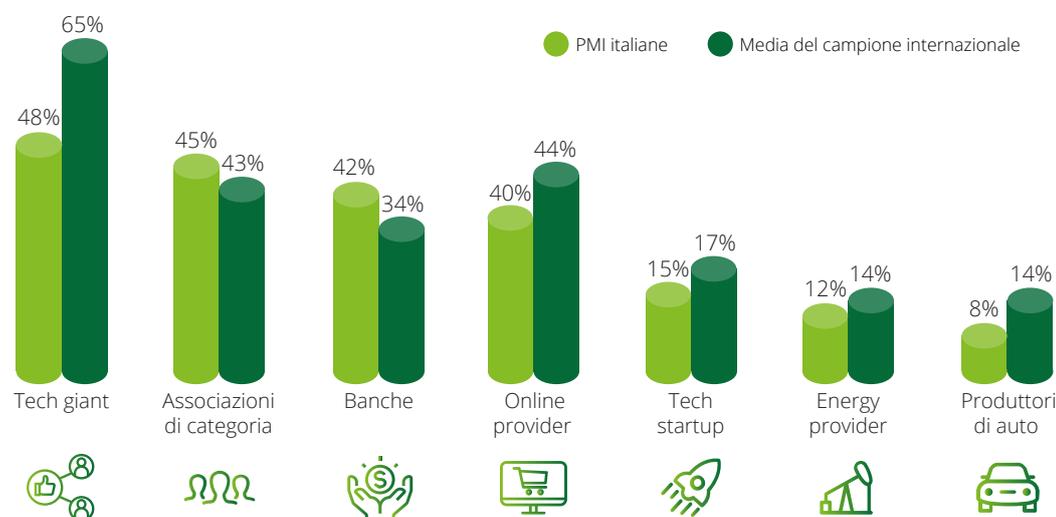
Oltre il **90%** delle **PMI Italiane** (in linea con la media del campione) si dichiara disposta ad acquistare **coperture** e **servizi** assicurativi da **operatori "non tradizionali"**. Pensando quindi alla possibilità di

coprire il bisogno di protezione attraverso intermediari non assicurativi, si guarda con interesse ad almeno **sette soggetti**:

- 1) **Tech giant**: 48% vs 65% media del campione (i dati più alti – oltre il 65% - in US/Can, Irlanda, Belgio, Cina, Australia)
- 2) **Associazioni di categoria**: 45% vs 43% media del campione
- 3) **Banche**: 42% vs 34% media del campione (i dati più bassi – sotto il 30% - in Irlanda, Svizzera, Nordics, Giappone e Australia)
- 4) **Online provider** (es. comparatori): 40% vs 44% media del campione
- 5) **Tech startup**: 15% vs 17% media del campione
- 6) **Energy provider**: 12% vs 14% media del campione
- 7) **Produttori di auto** (OEMs): 8% vs 14% media del campione (i dati più alti – oltre il 20% - in Irlanda e Australia)

Tale **interesse** verso **operatori "non tradizionali"** per l'acquisto di coperture assicurative deve essere letto come **un'occasione importante** per il settore assicurativo per rivedere le logiche di sviluppo dell'offerta, valutando l'attivazione di **partnership** con questi **operatori**. **Partnership** che si rendono **necessarie** anche alla luce della elevata complessità tecnica di alcune **tipologie** di **servizi richiesti**.

Figura 10: Operatori "non tradizionali" da cui le PMI si dichiarano disposte ad acquistare coperture e servizi assicurativi



Q: Da quale operatore "non tradizionale" acquisterebbe coperture e servizi assicurativi?

## Conclusioni

In sintesi, le PMI hanno affrontato l'emergenza sanitaria mostrando una buona capacità di adattamento e il settore assicurativo ha saputo reagire sostenendo il tessuto industriale in difficoltà con iniziative finalizzate a evolvere i servizi assicurativi in chiave consulenziale, mantenere alto il livello di servizio e contenere i costi delle coperture assicurative.

Il contesto emergenziale ha portato le PMI ad una maggiore consapevolezza dei rischi e alla richiesta di un modello di protezione basato su coperture mirate e servizi di consulenza a 360° legati all'attività di impresa. Questa esigenza risulta ancor più evidente alla luce delle possibili ripercussioni economiche derivanti dal complesso scenario geo-politico internazionale attuale.

Nell'evolvere il proprio modello di business per rispondere ai nuovi e mutevoli bisogni delle PMI, il settore assicurativo può e deve far leva sui propri asset distintivi (es. la capacità di risk management, le competenze e la capillarità della rete distributiva sul territorio, ...) prestando al tempo stesso attenzione alle opportunità derivanti dall'evolvere dello scenario competitivo, con l'ingresso di nuovi operatori "non tradizionali", che apre le porte a possibili nuove occasioni di partnership per lo sviluppo di offerte integrate.



## Autori

### **Luigi Onorato**

Partner  
Insurance Sector Leader  
Deloitte Central Mediterranean  
*lonorato@deloitte.it*

### **Viola Germani**

Senior Executive  
Monitor Deloitte  
*vgermani@deloitte.it*

### **Gianluca Giovannini**

Executive  
Monitor Deloitte  
*ggiovannini@deloitte.it*

## Research & Editorial

### **Luca Bonacina**

Eminence and Market Insight Supervisor  
Clients & Industries  
*lbonacina@deloitte.it*





La presente pubblicazione contiene informazioni di carattere generale, Deloitte Touche Tohmatsu Limited, le sue member firm e le entità a esse correlate (il "Network Deloitte") non intendono fornire attraverso questa pubblicazione consulenza o servizi professionali. Prima di prendere decisioni o adottare iniziative che possano incidere sui risultati aziendali, si consiglia di rivolgersi a un consulente per un parere professionale qualificato. Nessuna delle entità del network Deloitte è da ritenersi responsabile per eventuali perdite subite da chiunque utilizzi o faccia affidamento su questa pubblicazione.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).