

LA FRONTIERA SONO I WEARABLE

AUTOMOTIVE E DOMOTICA SONO I MAGGIORI AMBITI DI SVILUPPO DELLA TELEMATICA, MA IL FUTURO È NELLA SANITÀ. NE PARLIAMO CON LOJACK CHE, DALL'ASCOLTO DEL MERCATO, TRAE LA PROPRIA ISPIRAZIONE

In fatto di big data e IoT, la realtà italiana è la più matura, a livello globale, sia in termini di numeri che di soluzioni.

“In Italia – afferma **Marco Raggi**, telematics & insurance manager di **LoJack Italia** – lo storico svantaggio di avere un premio medio Rca tra i più elevati, si è trasformato in un vantaggio, laddove ci ha costretto ad aguzzare l'ingegno per creare polizze su misura”. Viceversa, in Spagna e in Francia, dove il premio medio è significativamente inferiore, si avverte meno l'impatto dello sconto concesso dalle compagnie e non è un caso, ricorda Raggi, che i maggiori player siano nati nel nostro Paese. Più vicino al nostro, sia in termini di penetrazione che di approccio, è invece il mercato inglese dove il premio medio, rispetto al panorama internazionale europeo, è maggiore.

Naturalmente, anche la realtà italiana, seppur capofila, ha le sue criticità. “Da noi – conferma Raggi – la priorità è dare soluzioni più economiche per aggredire quelle fasce di premi più basse”. A conferma di ciò, le scatole nere sono maggiormente diffuse nelle aree in cui i premi medi sono maggiori, come i centri urbani e il Sud; viceversa, dove il cliente avverte meno la pressione sul prezzo, la penetrazione è di gran lunga inferiore.

La strada da seguire è quella di arricchire l'offerta con servizi e vantaggi. “Un percorso più lungo e tortuoso – avverte il responsabile – perchè richiede la consapevolezza, da parte del cliente, dell'utilità di servizi non immediatamente percepibili”, come il soccorso in caso di sinistro: un'eventualità che l'assicurato preferisce non considerare. “Qui, la leva resta la riduzione del premio”.

IL FAI DA TE, PER ASSORBIRE I COSTI NELL'AUTO

La telematica, però, va al di là del mero vantaggio economico. È funzionale a una maggiore sicurezza: oggi, infatti, è possibile far dialogare, in tempo reale, un'auto con la centrale operativa, inviando alert in caso di crash o ricevendo notifiche sui black point o sui rischi legati allo stile di guida: “vantaggi che sono meno tangibili nell'immediato, ma che danno una maggiore tranquillità e un valore anche superiore allo sconto”.



Marco Raggi, telematics & insurance manager di **LoJack Italia**

Nell'automotive, se il costo della tecnologia è ampiamente assorbibile per il dealer, lo è meno per le assicurazioni. Per ovviare a ciò, le compagnie si stanno spostando verso soluzioni che non richiedono interventi da parte di operatori professionali, come nel caso delle black box installabili direttamente dall'utente finale. "Questa è la frontiera – conferma Raggi – ma senza rinunciare all'affidabilità del prodotto laddove un'installazione eseguita nel modo sbagliato, genererà delle problematiche sulla qualità del dato".

LA CASA, UN MERCATO DIVERSO

Oltre all'auto, l'ambito più sviluppato è quello della domotica della casa, che consente di collegare l'abitazione a un centro servizi che invia notifiche in caso di fughe di gas, fumo o perdite di acqua, con il vantaggio di ridurre l'impatto del sinistro.

Nella domotica, il costo della tecnologia è più facilmente assorbibile dal premio medio, che a differenza dell'auto (dove la competizione si fa su poche decine di euro), è più elevato. "Sulla casa, il cliente guarda con più attenzione

SI PARTE DALL'ASCOLTO

Seppur focalizzato sull'automotive, LoJack parte dalle richieste del mercato. Secondo Marco Raggi, telematics & insurance manager di LoJack, "non si può disegnare il prodotto perfetto, è necessario ascoltare i nostri clienti: ad ogni incontro, infatti, si impara qualcosa di nuovo perchè il mercato è la vera fonte di ispirazione". Sull'esigenza del cliente, poi, si arricchisce l'offerta, da presentare in modo aggregato. "Non vogliamo fare prodotti a scatola chiusa, ma sviluppare, sulla singola idea, soluzioni ad hoc".



alla bontà del copertura, all'ampliamento delle garanzie e alle franchigie, quindi la presenza di un dispositivo può allentare maggiormente".

SANITÀ, UN TERRITORIO DA ESPLORARE

Ma il vero mercato del futuro è quello dei wearable. Un'area ancora da esplorare e sperimentare, spiega Raggi, meno matura rispetto alla domotica, ma con un grosso potenziale. Storicamente, infatti, l'Italia non è un mercato sviluppato in ambito sanitario e "l'utilizzo dei wearable potrebbe rappresentare un volano, soprattutto per le nuove generazioni". In particolare, l'IoT può rivelarsi vitale nella *golden hour*: "tutto ciò che accade nella prima ora, in un intervento sanitario, è determinante per portare a un buon esito, e l'uso dei wearable può fare la differenza".

E, parlando di frontiera, l'altro ambito interessante è dato dallo sviluppo software finalizzato ad una lettura diversa del dato, per quantificare sia il danno alle cose che alle persone. "Una soluzione utile sia per l'auto che per i wearable". Che presuppone, però, conclude Raggi, una "collaborazione vera tra i player che metta a fattor comune gli ambiti di ricerca e sviluppo".