

UN PONTE TECNOLOGICO TRA CLIENTI E COMPAGNIE

di ALESSANDRO GIUSEPPE PORCARI

MILIONI DI VEICOLI CONNESSI SONO GIÀ SULLE STRADE DI TUTTA EUROPA. PER LE IMPRESE ASSICURATIVE, L'IOT RAPPRESENTA UN'OPPORTUNITÀ PER MIGLIORARE L'EFFICIENZA OPERATIVA E LA RETENTION



Roberto Polli, global head of telematics sales di Vodafone Automotive

Le auto connesse stanno per invadere l'Europa. Non si tratta di uno scenario futuribile da film di fantascienza. Basta dare uno sguardo ai numeri che **Roberto Polli**, global head of telematics sales di **Vodafone Automotive** mostra al mondo assicurativo: nel 2014 la multinazionale delle telecomunicazioni ha connesso oltre 10 milioni di veicoli in Europa, con significative prospettive di sviluppo nei prossimi 10 anni. Infatti l'82% dei fornitori di autoveicoli vuole implementare e rafforzare l'evoluzione della connessione, facendo dialogare l'auto anche con altri sistemi. Questo vuol dire che l'auto oggi entra in relazione con gli oggetti più diversi, creando una massa di dati che le compagnie possono utilizzare non solo per le polizze Rca.

L'ECONOMIA DELLA CONDIVISIONE ROMPE GLI EQUILIBRI

La mobilità sta cambiando. Non si tratta solo della tecnologia, ma soprattutto di barriere che vengono abbattute dagli stili di vita. È il caso della *sharing economy*. "Utilizziamo l'auto solo per il 4% del tempo. Significa che per il restante 96% l'auto occupa suolo che po-

trebbe essere utilizzato in modo diverso" dice Polli che mette in evidenza la differenza con le auto condivise: "un'auto in car sharing viene utilizzata in media per il 35% del tempo, un fattore di utilizzo otto volte superiore a quello delle auto di proprietà". Il noleggio si adatta allo stile di vita con maggiore flessibilità. L'Internet of things (IoT) consentirà di creare soluzioni che integrano tutti i mezzi di trasporto, così anche le compagnie dovranno offrire servizi flessibili che proteggano il cliente secondo le esigenze del momento. "Da una parte le compagnie potrebbero avere meno asset da assicurare, ma dall'altra è la mobilità stessa a rendere necessaria più protezione. La necessità di assicurazione evolve, non sparisce", spiega Polli.

NUOVE OPPORTUNITÀ PER LA CREAZIONE DI VALORE

Nell'era dell'IoT, per le compagnie cambia prima di tutto la gestione del rischio. La tecnologia riduce il pericolo di frodi, come emerge dai dati Vodafone nel Regno Unito: un utente telematico rispetto a uno non telematico presenta una frequenza di frodi più bassa del 49%, con una riduzione del loss ratio pari al 15%. In secondo luogo la tecnologia migliora l'efficienza operativa, in particolare riducendo i costi di risarcimento, con un coinvolgimento immediato nella gestione del sinistro. Il cliente si sente più protetto. È il terzo fattore che genera valore, perché rafforza la fidelizzazione, spostando la competizione dal prezzo al customer care. "I clienti sono disposti a pagare di più per un servizio di qualità", sottolinea Polli. Inoltre per le compagnie, l'IoT offre nuovi canali di vendita, che si rafforzeranno con la collaborazione tra compagnie e case automobilistiche. Infine, l'Internet of things diversifica l'offerta assicurativa, creando opportunità per la vendita di nuovi servizi che risponderanno più puntualmente alle esigenze dei clienti.