

L'IOT GUARDA AL MOTOR

di MARIA MORO

SECONDO IL BAROMETRO DI VODAFONE, L'INTERNET OF THINGS È GIÀ AMPIAMENTE VALORIZZATO DAL SETTORE ASSICURATIVO A LIVELLO GLOBALE. L'ITALIA SI TROVA ALL'AVANGUARDIA IN MOLTI SETTORI, IN PARTICOLARE NELLE APPLICAZIONI PER IL COMPARTO AUTOMOBILISTICO

Con 240 milioni di euro in cinque anni per servizi incrementali in Italia su nuovi servizi digitali, **Vodafone** guarda con interesse al mercato assicurativo correlato alla mobilità. Ne ha parlato al convegno **Stefania Borrelli**, IoT sales manager insurance di **Vodafone Business**.

Quest'anno, per la prima volta, il *Vodafone IoT Barometer* ha preso in considerazione il settore assicurativo, misurando l'interesse e la propensione delle imprese verso le soluzioni IoT. Secondo l'indagine, il 34% delle compagnie assicurative nel mondo si avvale di tali tecnologie sia nei processi, sia nelle strategie di prodotto e di posizionamento. "Rispetto al mercato italiano che è molto più avanzato – ha affermato Borrelli – non si tratta di una percentuale particolarmente elevata, ma sufficiente a notare come il livello di adozione stia portando benefici reali": l'84% delle compagnie interessate dichiara che l'IoT si è rivelato un fattore chiave nelle proprie strategie di business, mentre l'87% ha utilizzato queste tecnologie anche per modificare i processi operativi. Interessante poi notare che nel 52% dei casi si tratta di imprese "native digitali", che si propongono



Stefania Borrelli, IoT sales manager insurance di Vodafone Business

con prodotti tecnologici e basano la propria infrastruttura su tecnologie quali l'*artificial intelligence*, il *machine learning*, le piattaforme IoT e i *data analytics*.

L'ambito motor è uno dei più interessati dalle tecnologie digitali. Secondo i dati presentati da Borrelli, su 89 milioni di oggetti connessi nel mondo, 22 milioni sono veicoli dotati di black box oppure di connettività incorporata. Di questi, 11 milioni sono in Italia, Paese che si conferma all'avanguardia in questa specificità e non solo perché primo ad adottare su larga scala la telematica assicurativa. Dal canto suo, Vodafone è in relazione con 35 costruttori di auto con cui si confronta anche sullo sviluppo della tecnologia nativa nel motor.

RISPONDERE AI NATIVI DIGITALI

Lo scenario, ha spiegato Borrelli, non è semplice ed è caratterizzato "da trend globali di clienti digitali nativi, che si attendono servizi a livello della propria *customer experience*, e da una fase di piena rivoluzione del modello di mobilità, aspetti a cui fa da sfondo un quadro normativo che impone un perimetro definito e tutelante per il cliente, inasprendo le sanzioni". Sul fronte assicurativo le sfide riguardano il *time to market*, l'efficienza, la competitività, ed è necessario investire nella trasformazione del dipartimento IT per passare da sistemi legacy a piattaforme di IoT aperte.

Gli sviluppi, per Vodafone, si indirizzano a quattro use case: il primo è relativo alla *digital customer experience*, con il passaggio a una mobilità slegata dal singolo mezzo di trasporto e basata sulla persona; il secondo è orientato alla *mobility as a service*, intesa come il *car sharing* delle auto private e corporate; un terzo ambito riguarda la *claims prevention* e l'offerta di servizi di sicurezza addizionali, che permettono al cliente l'accesso a nuove esperienze; infine il tema della *smart city*, cioè lo scenario sociale e urbano verso cui si sta tendendo, nel quale l'auto si pone all'interno di un sistema complessivo interconnesso.