

I TREND DELL'INNOVAZIONE

IL TEMPO DELLE POLIZZE DIGITALI

di Giacomo Corvi



LE NUOVE TECNOLOGIE SPINGONO L'OFFERTA DI SOLUZIONI INNOVATIVE PER RISPONDERE AI NUOVI STILI DI VITA DELLA CLIENTELA. SEMPRE PIÙ COMPAGNIE, SECONDO L'ULTIMO REPORT DELL'IVASS, SI RIVOLGONO COSÌ A PIATTAFORME INSURTECH (O LE SVILUPPANO DIRETTAMENTE IN CASA) PER RINNOVARE L'OFFERTA IN AMBITO MOBILITÀ, SALUTE, CASA, VIAGGI E CYBER RISK

L'ora delle polizze digitali in Italia è finalmente scoccata. Il tempo delle sperimentazioni, che tanto ha caratterizzato il settore negli ultimi anni, sembra ormai tramontato. E il mercato si arricchisce ogni giorno di nuove soluzioni assicurative, che non hanno timore di abbracciare modelli di business come la *instant insurance* e innovazioni tecnologiche come gli *smart contract*. La conferma arriva dall'ultimo report dell'Ivass sui trend di offerta dei prodotti assicurativi: gran parte dell'analisi, realizzata su base semestrale dall'istituto di vigilanza, è dedicata proprio allo sviluppo di nuove soluzioni digitali. Pubblicato alla fine di marzo, il rapporto prende in considerazione i prodotti lanciati sul mercato negli ultimi sei mesi del 2019. E fin dalle battute iniziali fa ben comprendere che il tempo delle polizze digitali è ormai giunto.

“Per modernizzare l'offerta assicurativa e trasformarla in chiave digitale, le compagnie, nella maggior parte dei casi, stringono accordi con provider esterni, fornitori di tecnologia e di piattaforme”, si legge nelle prime pagine del report. Già, perché sono ormai numerose le società, soprattutto start up, che offrono alle compagnie piattaforme assicurative personalizzate. Una di queste, prende l'esempio il rapporto, punta a “proporre polizze salute a un prezzo vantaggioso per chiunque dimostri di impegnarsi a mantenere uno stile di vita salutare”. Altre soluzioni prevedono la possibilità di creare e gestire un'offerta assicurativa on demand, altre ancora mettono in collegamento clienti e broker assicurativi cercando di rendere più efficienti la gestione dei prodotti e le relative procedure di back office.

UN'INSURTECH IN CASA

C'è poi anche chi, invece di rivolgersi a qualche società esterna, preferisce costruirsi in casa la propria insurtech. “In altri casi – si legge nel rapporto – sono le stesse compagnie assicurative che offrono direttamente servizi tecnologici diversi da quelli assicurativi e che scendono in prima linea, investendo per creare loro stesse incubatori di start up dedicate al settore insurance”.

A tal proposito, il report cita il caso di un'impresa che ha realizzato un incubatore focalizzato su quattro aree (persona, casa, mobilità e azienda connessa): il progetto punta a costituire un ecosistema integrato di servizi e tecnologie per offrire al consumatore soluzioni di prevenzione, assistenza, pronto intervento, rimedio e monitoraggio. Ci sono poi anche progetti più specifi-



ci, come una start up dedicata al collezionismo d'arte che si propone di offrire soluzioni complementari alla classica copertura contro il furto o il danneggiamento di opere d'arte, gioielli e altri oggetti di valore: pensata per una fascia alta di collezionisti, l'offerta prevede anche un'app per dispositivi mobile con cui il cliente potrà, fra le altre cose, ricevere valutazioni online da remoto e collocare le proprie opere in una galleria privata virtuale. Il tutto assicurando la massima protezione dei dati, certificata attraverso la tecnologica blockchain.

UNA MOBILITÀ DIGITALE

Tutto ciò, come facilmente prevedibile, si riflette nell'offerta di soluzioni sempre più digitali. Nell'ambito della mobilità, per esempio, il rapporto evidenzia come sia "sempre più ampia l'offerta delle compagnie che arricchiscono le coperture tradizionali con dispositivi digitali e in grado di offrire servizi aggiuntivi risolutivi di problemi contingenti che i clienti si trovano a fronteggiare". In questo caso, anche l'evoluzione normativa sembra aver ricoperto un ruolo rilevante: l'obbligo di dotarsi di dispositivi anti abbandono per neonati, prende il caso il rapporto, ha spinto il settore assicurativo a "proporre cuscini anti abbandono per bebè che si connettono via bluetooth con lo smartphone del guidatore".

A ciò si aggiungono poi nuovi modelli di offerta. Un'impresa, citata nel report, "offre ai clienti di una società partner non assicurativa la possibilità di acquistare polizze Rc auto mediante un'app dedicata che consente di visualizzare il preventivo e di ricevere uno sconto, con addebito sul conto della società partner". Nell'ambito dell'offerta di nuovi servizi, un device di una compagnia ha invece ottenuto il certificato di idoneità per il telepedaggio: la società punta a entrare nel mercato entro la fine del 2020. Tra i servizi attivi viene infine citata un'app che consente di pagare parcheggi, multe e bollo auto, nonché di ricevere notifiche di allerta meteo: in futuro, afferma il rapporto, "sarà possibile pagare anche il rifornimento tramite l'app".

MENO POLIZZE VITA

Cala il numero delle polizze vita messe in commercio dal settore assicurativo. Nell'intero 2019, stando all'ultimo rapporto dell'Ivass, il numero delle nuove offerte è diminuito del 34% su base annua.

Il trend si è mostrato in modo evidente nel secondo semestre dell'anno, con un calo del 30% rispetto allo stesso periodo del 2018. Nel periodo in esame risultano censiti 155 nuovi prodotti, di cui il 68% è riferito a soluzioni individuali. Il rapporto evidenzia, nello specifico, una minore propensione verso nuove soluzioni di tipo rivalutabile o unit linked. Più stabile è invece il trend dei prodotti multiramo, derivanti dalla combinazione di polizze rivalutabili di ramo I e unit linked di ramo III: il peso di questo genere di soluzioni, sul totale delle nuove polizze offerte nel periodo preso in considerazione, è leggermente superiore a quello registrato nel secondo semestre del 2018.

ESTENSIONI E SERVIZI AGGIUNTIVI

Restando nell'ambito della mobilità, all'innovazione tecnologica si associa poi una sempre più marcata evoluzione sociale, che sta spingendo il mercato a estendere le garanzie e a offrire servizi aggiuntivi. Due soluzioni, per esempio, "propongono l'estensione della garanzia anche ai danni da circolazione in aree private e coprono la responsabilità civile per i danni causati a terzi dal veicolo assicurato guidato a insaputa del proprietario da figli minori d'età".

Per quanto riguarda l'evoluzione dei modelli di mobilità, il rapporto rileva la commercializzazione di una "soluzione assicurativa rivolta a tutti coloro che stanno in movimento: prevede infatti una copertura su 17 differenti mezzi di trasporto oltre l'auto". Nella copertura rientrerebbero bicicletta, monopattino, metropolitana, vetture in car sharing e persino la canoa: la soluzione può essere condivisa con cinque persone, amici o fa-

miliari, ed è prevista la possibilità di aggiungere anche coperture contro infortuni e assistenza, nonché servizi come il blocco motore a distanza in caso di furto, la funzione *cerca-veicolo* e il *real time coaching*.

SALUTE SU MISURA

Nelle polizze salute la tendenza principale è data dalla modularità, ossia da soluzioni che, come spiega il report, “offrono una garanzia base con la possibilità di costruire la polizza più adatta alle proprie esigenze, attivando una o più garanzie opzionali, anche con una formula a vita intera, corrispondendo un premio costante”. Le garanzie possono valere anche per i membri della propria famiglia, arrivando a toccare anche ambiti del tutto estranei alla tutela della salute, come la perdita di impiego o rischi per l’abitazione.

Anche in questo caso, il contributo delle nuove tecnologie si fa sempre più massiccio. Il rapporto, in particolare, cita il caso di polizze a breve termine e dal costo contenuto che, in una logica di smart contract, possono essere attivate con un click per assicurare chi pratica sport a livello amatoriale. Le soluzioni smart in materia di salute si allargano poi all’evoluzione degli stili di vita, con coperture per i rischi che ruotano attorno alla sharing economy, alla mobilità sostenibile e alla vita digitale.



A CASA E IN VIAGGIO

Anche le soluzioni per la casa sono investite dallo sviluppo tecnologico. Le polizze, afferma il rapporto, “si configurano come prodotti spesso acquistabili in forma modulare, per favorire una maggiore personalizzazione rispondente alle necessità specifiche dei clienti”. Il rapporto, a tal proposito, cita il caso di una soluzione che “oltre alle garanzie a tutela della persona, offre un sistema di allarme per avere una casa protetta e sorvegliata mediante dispositivi semplici da usare e wireless”.

In decisa evoluzione anche il panorama delle polizze viaggio. Il rapporto, in particolare, rileva la diffusione di “coperture di tipo instant insurance acquistabili online”, nonché di soluzioni “distribuite dalle banche acquistabili accedendo con le proprie credenziali alla banca digitale”. La digitalizzazione del settore viaggi non riguarda tuttavia la sola fase di vendita: nel mercato, per esempio, è stata avviata anche una sperimentazione “per la gestione dei sinistri in modalità interamente digitale, con una nuova interfaccia che comprende anche il canale whatsapp”.

I RISCHI DELLA DIGITALIZZAZIONE

La svolta digitale porta tuttavia con sé nuovi rischi e, di conseguenza, anche la necessità di nuovi strumenti di copertura. Ciò si riflette nell’offerta di nuove polizze. “A causa del diffuso utilizzo dei sistemi informatici, cresce ancora l’offerta di protezione e tutela assicurativa sul fronte cyber, soprattutto a favore delle piccole e medie imprese maggiormente esposte, ma anche le offerte dedicate alle famiglie”, si legge nel rapporto.

In particolare, il report evidenzia la commercializzazione di un prodotto che offre consulenza telefonica e assistenza psicologica in caso di cyber bullismo o cyber stalking, offrendo inoltre una piattaforma che permette di fare una scansione del *deep web* per monitorare in tempo reale i dati personali riservati diffusi in rete. In alcuni casi vengono anche previsti servizi di *digital resolver*, che mettono in contatto l’assicurato e l’*incident manager* entro un’ora dal verificarsi dell’incidente, nonché coperture per il danno reputazionale che il sinistro può provocare. Tutte soluzioni digitali per i rischi dell’età digitale.