

INSURTECH PER L'RC AUTO

di GIACOMO CORVI

LE START UP DEL SETTORE ASSICURATIVO SONO PRONTE A DARE IL PROPRIO CONTRIBUTO ALLO SVILUPPO DELLE POLIZZE MOTOR. L'INNOVAZIONE, DEL RESTO, ARRIVA DALLA DOMANDA DI MERCATO: I CLIENTI GIÀ UTILIZZANO GLI STRUMENTI DIGITALI, E NE CHIEDONO DI PIÙ

Il connubio fra innovazione tecnologica e polizze auto si fa sempre più stretto. Nel 2017, tanto per citare un caso, **Toyota** e **MS&AD** hanno sottoscritto un accordo per cui i dati raccolti dalle vetture nativamente connesse vengono condivisi con la compagnia assicurativa e utilizzati come base per la modulazione del premio assicurativo sulla base dello stile di guida del cliente. Basterebbe questo esempio per comprendere la portata dell'innovazione tecnologica sull'Rc auto. E adesso anche le start up del settore, le *insurtech*, sono pronte a dare il proprio contributo.

“Il settore dei trasporti è il secondo ambito applicativo più esplorato dalle start up assicurative”, ha affermato **Laura Grassi**, direttore dell'*Osservatorio Fintech & Insurtech* del **Politecnico di Milano**. “Le *insurtech* – ha proseguito – sono pronte a collaborare e stringere partnership, per poter condividere tecnologia e base clienti, in un'ottica *win-win* in cui ognuno trae vantaggio dalla forza dell'altro”. Al momento, secondo i dati dell'osservatorio, il 65% delle start up assicurative in Italia ha stretto almeno una partnership.



Laura Grassi, direttore dell'*Osservatorio fintech & insurtech* del Politecnico di Milano

LA DOMANDA DI MERCATO

Di *insurtech* si parla ormai da tempo. Ed è probabile che se ne parlerà ancora di più in futuro, visto che l'esperienza della pandemia ha accelerato il processo di digitalizzazione e spinto molti clienti a toccare con mano le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. “L'utilizzo di chatbot è aumentato del 19% nel 2020, quello di strumenti per l'acquisto o il rinnovo di polizze in digitale del 15%”, ha osservato Grassi. Ancora più spiccata, seppur su volumi decisamente più bassi, è stata la crescita registrata nella gestione sinistri tramite smartphone (+88%), nella sottoscrizione di polizze basate sui comportamenti (+63%) e nella modifica delle coperture attraverso strumenti digitali (+50%). Insomma, i clienti ricorrono sempre più a soluzioni digitali. E le apprezzano. “Il livello medio di soddisfazione, in una scala da 1 a 10, si attesta intorno all'8,5”, ha confermato Grassi.

APERTI ALLA CONDIVISIONE

I clienti apprezzano dunque la novità delle *insurtech*. E anzi, una volta sperimentata, ne vorrebbero di più. L'osservatorio ha evidenziato in particolare il desiderio di strumenti per velocizzare la gestione sinistri (8,5), di miglioramenti nella capacità di risposta ai problemi degli assicurati (8,5) e di una maggiore semplicità e trasparenza nella sottoscrizione di polizze e nella presentazione di reclami (8,4). Pur di realizzare questi sogni, gli utenti si sono detti pronti a condividere informazioni personali con gli assicuratori: il 65% (con una crescita del 5% rispetto alla precedente rilevazione) è disposto a condividere dati sul proprio stile di guida. “I clienti sono aperti alla condivisione di queste informazioni, a patto però di ricevere qualcosa in cambio, a partire da una maggiore personalizzazione dell'offerta”, ha concluso Grassi. ●