

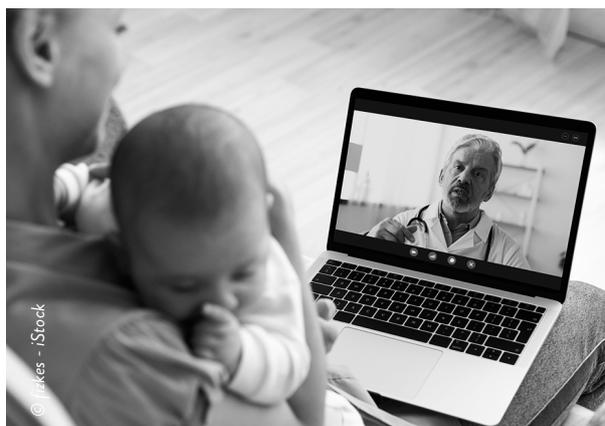
SALUTE, QUANDO LA SOLUZIONE È EMBEDDED

di BENIAMINO MUSTO

L'INTEGRAZIONE DI SERVIZI INSURANCE A PROCESSI DI VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI NON ASSICURATIVI È GIÀ UNA REALTÀ ANCHE IN ITALIA, E LA SUA IMPORTANZA NEL SEGMENTO HEALTH CRESCERÀ NEL BREVE E MEDIO TERMINE. SECONDO UN'INDAGINE CONDOTTA DA BIME CONSULTING PER ITALIAN INSURTECH ASSOCIATION, LE TECNOLOGIE INNOVATIVE COSTITUISCONO NUOVE OPPORTUNITÀ PER IL SETTORE E PER I PAZIENTI, I QUALI POSSONO GODERE DI UN SERVIZIO TRASPARENTE E PERSONALIZZATO

L'integrazione di servizi assicurativi a processi di vendita di prodotti e servizi non assicurativi, più conosciuta col nome di *embedded insurance*, è una modalità ormai largamente diffusa anche nel nostro paese. Parliamo di coperture e servizi accessibili nella vita quotidiana, al momento opportuno e in circostanze adeguate, all'interno di un'esperienza digitale orientata alle esigenze del cliente. Il potenziale di queste soluzioni appare particolarmente promettente in un ambito come quello della salute e in un contesto come quello italiano, in cui sono in crescita la sensibilità sui temi dell'invecchiamento e del benessere personale, laddove le tecnologie innovative presentano nuove opportunità per il settore attraverso l'offerta di servizi trasparenti e personalizzati.

Una fotografia sullo stato dell'arte relativo all'applicazione in ambito salute di queste soluzioni l'ha scattata lo studio *Embedded health insurance. Nuove opportunità per la crescita del settore*. La ricerca è stata condotta da **Bime Consulting** per l'**Italian Insurtech Association** (IIA) con il contributo di **Ivass**, a cui i promotori dell'indagine si sono rivolti per avere un parere su una tematica nuova e in evoluzione: l'Istituto di vigilanza ha risposto fornendo informazioni sul proprio ruolo, la supervisione e il quadro normativo, oltre a delineare le prospettive per l'embedded health insurance.



SUPERARE LE BARRIERE DI SETTORE

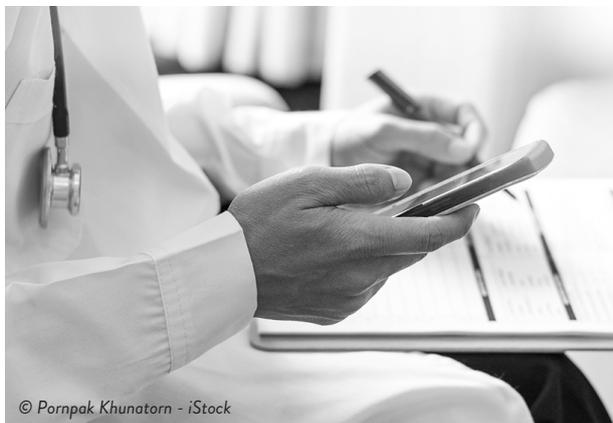
Entrando più nel dettaglio, la ricerca ha analizzato l'impatto del settore salute all'interno dell'ecosistema embedded, evidenziando anche il ruolo sociale di quest'ultimo. Secondo l'indagine, le soluzioni di questo genere applicate in ambito health hanno già ottenuto una buona diffusione in Italia: il 36% degli intervistati già utilizza questa tipologia di soluzioni, e il 55% dice di averne già pianificato un utilizzo nel prossimo futuro.

Lo studio rileva poi che per due terzi del campione d'indagine l'embedded health rappresenta un'ottima

opportunità per espandere il proprio mercato. Questo perché il ramo salute si presta particolarmente per i prodotti *embedded* che possono essere facilmente incorporati all'interno di altri prodotti. Inoltre, i servizi salute sono sempre più attivi sul fronte digitale. Un esempio evidente è quello del teleconsulto: si stima infatti che il valore del mercato dei servizi salute digitali raggiungerà entro il 2025 i 660 miliardi di dollari a livello internazionale. Sempre entro il 2025 il 12% della spesa sanitaria globale riguarderà proprio prodotti o servizi digitali. Gli autori dello studio osservano come i modelli di business recenti basati su ecosistemi abbiano superato le barriere che separavano tradizionalmente settori industriali diversi. Molti gruppi assicurativi ormai offrono servizi di salute anche senza una componente assicurativa, attraverso telecomunicazioni o servizi pubblici. Oltre alle polizze sanitarie tradizionali con servizi aggiuntivi, si stanno diffondendo servizi di salute venduti indipendentemente, senza legame diretto con un prodotto assicurativo.

FACILITÀ DI ACCESSO, SEMPLICITÀ, PERSONALIZZAZIONE

Secondo il report a fornire le maggiori opportunità di crescita per il settore saranno le industrie del ramo



© Pornpak Khunatorn - iStock

salute (con il 19%) seguito da retail (16%), telco e utility (entrambe al 13%) che già si stanno distinguendo nella distribuzione di servizi e polizze sanitarie.

I servizi maggiormente offerti all'interno di queste polizze sono il teleconsulto, per il 24% del campione, prenotazione e visita diagnostica per il 19%, gestione sinistri per il 16%, esami di laboratorio per il 14%, cui seguono con percentuali minori, la consegna farmaci a domicilio, la chat con un medico, il monitoraggio con wearables, e le analisi di dna. Il target di clientela è per il 58% retail, per il 37% corporate e per il 5% *altro*. Per quanto riguarda la crescita nella raccolta premi nell'ambito *embedded health*, il 70% del campione intervistato prevede che i premi raccolti in modalità *embedded* siano entro il 10% del totale di premi salute, mentre il restante 30% prevede una incidenza dei premi *embedded* sul totale dei premi salute tra il 10 e il 30%. In termini di crescita attesa delle vendite di prodotti assicurativi *embedded* nei prossimi due anni, più del 60% degli intervistati prevede una crescita moderata di prodotti assicurativi *embedded*, mentre quasi il 30% del campione prevede una crescita elevata. Infine, lo studio rileva come ci sia tuttavia un utilizzo ancora parziale, lungo l'intera catena del valore, dei dati raccolti: la stragrande maggioranza dei rispondenti (oltre il 40%) li usa per suggerimenti personalizzati su stili di vita, e soltanto poco più del 20% degli intervistati li utilizza per la personalizzazione dell'offerta, mentre si ferma poco sopra il 10% la percentuale di coloro che li sfruttano per il disegno di nuovi prodotti o servizi.

Come ha avuto modo di osservare **Paolo Meciani**, founder di Bime Consulting, presentando la ricerca, "l'*embedded health insurance* apre nuovi orizzonti nei settori della salute, con una crescente presenza di attori diversificati e opportunità che pongono al centro la facilità di accesso, la semplicità e la personalizzazione. Queste tendenze delineano il futuro della salute come un territorio in cui l'innovazione è al servizio di un benessere più accessibile e su misura per ciascuno".