

# MENO PRIVACY, MA PIÙ SERVIZI

di LAURA SERVIDIO

GLI ITALIANI NON TEMONO IL “GRANDE FRATELLO”: VOGLIONO POLIZZE CONNESSE. SECONDO L'OSSERVATORIO ANIA-BAIN, L'INSURTECH PUÒ ESSERE UN IMPORTANTE VOLANO NEI COMPARTI CASA E SALUTE. MA SERVE STRUTTURARE NUOVI MODELLI PER SFRUTTARE AL MEGLIO IL POTENZIALE DELLA CONNECTED INSURANCE



Il 22% dei clienti che non ha una polizza casa sarebbe propenso ad acquistarla se fosse *connected*. Con questa importante evidenza si è aperto, lo scorso luglio, il secondo incontro plenario dell'*Osservatorio telematics, connected insurance & innovation*, promosso da **Ania** e **Bain**. Al think tank hanno partecipato gli executive di circa 30 compagnie assicurative e numerosi operatori specialistici del settore IoT, per discutere del grande potenziale, ma anche delle sfide, che la connettività sta aprendo nelle assicurazioni.

Tra queste, il ruolo del dato e della sua tutela, su cui il Garante della privacy si è recentemente espresso in modo favorevole, a patto di offrire adeguata visibilità al cliente sull'utilizzo delle informazioni raccolte. "C'è stato un esplicito riconoscimento della validità di un'applicazione *try before you buy*, in ambito motor insurance, anche da parte del regolatore – spiega **Matteo Carbone**, principal di Bain & company e fondatore dell'Osservatorio – a riprova che non ci sono barriere ostative all'innovazione, fatto salvo il rispetto per i diritti dell'assicurato, tra cui la chiara dichiarazione delle finalità di business della raccolta dei dati".

Riguardo la gestione della privacy si va dunque affermando il principio che, se il cliente vuole più servizi, deve mettere l'assicuratore nelle condizioni di poterli fornire. Da una ricerca, svolta dall'Osservatorio, sulla propensione dei consumatori ad acquistare polizze assicurative del ramo casa collegate a device intelligenti da installare presso la propria abitazione, sono emersi segnali incoraggianti: come già accennato, i clienti che oggi non hanno un prodotto abitazione sono i più interessati ad acquistare una polizza *connected*. "Se l'assicurato – conferma **Luigi Di Falco**, responsabile vita e welfare di Ania – trova un vantaggio nell'utilizzo di un servizio, si dichiara pronto a rinunciare alla riservatezza dei suoi dati. Ma questa disponibilità del cliente deve essere riflessa in un quadro normativo che preveda forme di perdita della privacy a fronte di vantaggi riconosciuti dall'assicurato".

#### CRESCE L'INTERESSE DEGLI INTERMEDIARI

Il 40% dei broker pensa che la *connected insurance* sia, nel medio periodo, un'opportunità di business interessante per la propria attività. È quanto emerge da una survey svolta dall'**Aiba** in collaborazione con l'Osservatorio *connected insurance*, che rivela non solo l'interesse crescente degli intermediari nei confronti delle soluzioni connesse, ma anche una propensione più positiva al crescere delle dimensioni dell'intermediario: il 67% del grande broker contro il 60% di quello medio e il 40% di quello piccolo.

#### L'INNOVAZIONE PARTE DA ABITAZIONE E CURA

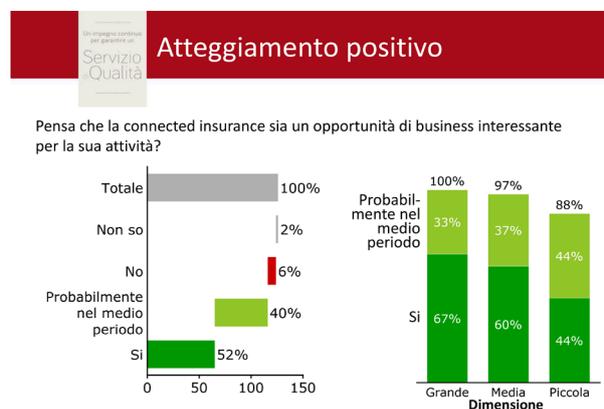
Consapevoli di questo, il 70% delle compagnie partecipanti all'Osservatorio si aspetta, nei prossimi 12 mesi, un'importante attività di innovazione legata al prodotto abitazione (*connected home*), il 50% al prodotto salute (*connected help*), mentre per le aree *vita puro rischio* e *rischi industriali* la si attende solo nel medio periodo. "È sulla casa – spiega il responsabile Ania – che i cittadini sono propensi ad aumentare le forme di tutela". Ma non solo: in ambito sanitario, le imprese assicurative specializzate offrono già coperture legate ai *wearable*, alla *claim detection* e ai servizi collaterali al web, che vanno dal monitoraggio dello stato di salute dell'assicurato, alla richiesta di *second opinion* e di consulenza medica via chat, fino all'accesso a un network di farmacie e strutture di cura. "In un Paese dove, nel 2060, oltre un terzo della popolazione avrà più di 65 anni – sottolinea Di Falco – è importante sviluppare forme di tutela assicurative, soprattutto nella riabilitazione e nell'assistenza a lungo termine, dove lo Stato è meno presente e le reti familiari non tengono più come prima".

## CONNETTERE PER AGGREGARE LA DOMANDA

Se, da un lato, l'*Insurtech* e la *connected insurance* stanno trasformando business line assicurative, dall'altro è necessario creare le condizioni affinché assicuratori e player specializzati possano svolgere il loro ruolo di provider, ognuno nel proprio ambito: dall'e-help, all'antifrode, dalla *driverless car* ai pagamenti elettronici, al product design. "Per farlo – spiega Di Falco, – bisogna definire nuovi modelli più connessi, che consentano di sfruttare il potenziale della tecnologia. Nella nostra ottica, sono molte le opportunità e le nuove aree di esplorabilità della *connected insurance* per consentire di formulare un'offerta più mirata al cliente, facilitando l'aggregazione della domanda, coprendo categorie di persone che, oggi, non potrebbero essere assicurate e mitigando i sinistri, tramite l'utilizzo dei sensori, con vantaggi sia per l'impresa che per il cliente".

### I TRE OBIETTIVI DELL'OSSERVATORIO

L'Osservatorio telematics, *connected insurance* & innovation è nato per rappresentare una sintesi di un'eccellenza italiana nel settore assicurativo. Tre gli obiettivi che si prefigge: razionalizzare la conoscenza e l'esperienza a oggi presente nel comparto; individuare, insieme alle compagnie, le aree di miglioramento, le sfide, le criticità e le ambizioni del settore; diffondere una cultura dell'innovazione nel settore assicurativo attraverso il confronto e la discussione tra gli attori del sistema. "In sintesi – spiega Matteo Carbone, fondatore dell'Osservatorio – abbiamo creato un *think tank*, con al centro le assicurazioni, a cui partecipano attivamente più 15 player provenienti da settori differenti, e interessati a condividere la propria esperienza con il settore assicurativo".



La propensione è più positiva al crescere delle dimensioni del broker

Survey AIBA - Osservatorio Connected Insurance

*I broker e la connected insurance*

## DIRIGERE UN ECOSISTEMA

Altrettante sono le sfide. Tra queste, secondo l'Ania, l'evoluzione del quadro normativo sulla privacy, il rischio di monopolio sui dati da parte di operatori come **Google**, l'entrata di nuovi competitor (start up assicurative) e il pericolo della disintermediazione assicurativa. "Su tutte queste evoluzioni – avverte Di Falco – l'Osservatorio deve vigilare, per capire i vantaggi, ma anche i pericoli derivanti dall'*Insurtech*".

Alla base di tutto, c'è la sinergia tra una pluralità di partner che sta portando le assicurazioni a evolvere verso un ruolo di regista di un sistema altamente complesso. "Le compagnie – conclude Carbone – sono oggi consapevoli che non basta utilizzare i provider, ma è necessario presidiare e orchestrare l'ecosistema: un trend ancora nuovo, ma che rappresenta la frontiera della *connected insurance*, condizione necessaria per trarne il vero potenziale".

Il prossimo incontro plenario di questa prima edizione dell'Osservatorio è prevista per il prossimo novembre.