

LA SALUTE, UN BUON TRAMPOLINO DI LANCIO

I WEARABLE RAPPRESENTANO LO STRUMENTO PIÙ ECONOMICO SU CUI POTER SPERIMENTARE NUOVE APPLICAZIONI DELLA TELEMATICA. MA UN EVENTUALE CAMBIO NORMATIVO POTREBBE METTERE A RISCHIO L'INVESTIMENTO IN QUESTO CAMPO

Prodotti dinamici e vicini alle esigenze del cliente. È la direzione verso cui si sta muovendo l'attenzione del mercato assicurativo in fatto di telematica.

“Seppur maturo – spiega **Emanuel Sitzia**, head of insurance Bbd **Comarch Italia** – il mercato assicurativo italiano registra un ritardo nel fare percepire i vantaggi della telematica a causa delle rare occasioni di contatto con il cliente”. A conferma di ciò, da uno studio congiunto **Comarch-Esma**, sull'utilizzo del mobile nel settore assicurativo europeo, emerge che le assicurazioni hanno grosse difficoltà a trovare momenti di contatto con il cliente. “Questo è un grande punto di sofferenza, perché si perdono opportunità sia di raccogliere informazioni; sia di tarare i prodotti sull'assicurato”.

Ora, però, si sta cambiando ottica e si iniziano a sperimentare progetti legati all'IoT e ai big data, non più solo finalizzati alla raccolta dati e alla fraud detection, ma anche alla costruzione di un prodotto/servizio che sia dinamico e vicino alle esigenze del cliente”.

IMPARARE DA ALTRI MERCATI

Un altro problema sta nella difficoltà di far comprendere al management il potenziale dell'investimento, ma anche nel far percepire al cliente i vantaggi derivanti dalla telematica. “Qui si può prendere spunto da altri mercati, come quello della grande distribuzione, dove iniziative di loyalty ingaggiano l'utente attraverso il benefit dei premi, con il vantaggio, lato aziende, di raccogliere enormi quantità di dati”.

LA DOMOTICA, TROPPO INVASIVA

Anche qui qualcosa sta cambiando: soprattutto le grosse compagnie stanno realizzando test importanti, in par-

VERSO UNA MAGGIORE SINERGIA

Quando si parla di telematica, la sinergia tra i vendor è fondamentale. Si tratta di una collaborazione che può espletarsi in diversi modi: nel caso di **Generali**, nell'acquisto di una società di telematica e nella costituzione di un telematic center, al fine di internalizzare i costi. Nel caso di **Octo** (che detiene quasi il 90% del mercato), nella creazione di una rete strutturata di permuta per consentire ai clienti che cambiano polizza di cambiare dispositivo, da una compagnia all'altra, ottimizzando tempi e costi e riducendo l'impatto per il cliente.

ticolare sulle polizze sanitarie collettive. Un esempio di questo è il progetto **Rbm Salute** che mira a fornire agli iscritti dell'**Inarcassa** dispositivi per il monitoraggio domiciliare remoto dei parametri vitali. “Quello sanitario – spiega il responsabile – è un buon trampolino di lancio per raccogliere, analizzare e utilizzare informazioni, ed è il canale dove poter sperimentare la telematica nel modo più economico”. Inoltre, questo ambito viene percepito come meno invasivo rispetto alla domotica, dove i sensori sono collocati nell'aleo della privacy domestica. Il rischio, però, avverte Sitzia, è che un cambio normativo, ad esempio troppo restrittivo, possa compromettere l'investimento fatto dalla compagnia. “Un'incertezza – conclude – su cui le assicurazioni si stanno impegnando per trovare una soluzione”. **L.S.**