INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 31 OTTOBRE 2024 N. 2667

EVENTI

La trasformazione digitale e telematica nell'assicurazione auto

Una giornata di approfondimento, organizzata da Insurance Skills Jam in collaborazione con Cambridge Mobile Telematics, ha analizzato l'impatto della digitalizzazione e la sua declinazione assicurativa sui nuovi prodotti auto, destinati a trasformare il rapporto tra compagnie e clienti non solo in una logica di risparmio sul prezzo della polizza, ma anche creando engagement e stimolando una maggiore attenzione per la sicurezza alla guida

L'introduzione della telematica nel segmento motor italiano, in cui il nostro paese è stato pioniere a livello mondiale, ha progressivamente modificato il prodotto Rc auto. I dati provenienti dalle black box hanno aperto numerose possibilità in termini di capacità di pricing, offerta di servizi, e gestione dei sinistri (senza dimenticare l'antifrode). E proprio agli sviluppi e alle ulteriori potenzialità della telematica auto è stato dedicato l'ultimo appuntamento organizzato da **Insurance Skills Jam – il convivio assicurativo** con il contributo scientifico di **Cambridge Mobile Telematics (Cmt)**, svoltosi il 29 ottobre scorso a Milano.

Introducendo i lavori, il segretario di Insurance Skills Jam, **Orazio Rossi**, ha inquadrato il tema partendo dall'utilità sociale della telematica auto: in Italia, ha ricordato, ogni anno ci sono centinaia di migliaia di incidenti, che provocano più di 3.000 morti e lasciano migliaia di invalidi. "Qualsiasi casa possa mitigare questo rischio – ha detto – deve essere ben accolta, perché l'incidentalità è un costo sociale notevole". L'auspicio è quindi che la telematica venga sempre più adottata in chiave di prevenzione. Lo spirito dell'iniziativa è stato ribadito poi da **Valerio Castellana**, senior sales director per l'Italia di Cambridge Mobile Telematics Europe, ed è "quello di pensare in modo differente rispetto a ciò che la tecnologia può offrire in prospettiva. Il nostro contributo – ha affermato – guarda all'evoluzione tecnologica del settore auto per poter pensare a una Rca che non sia solo la polizza obbligatoria per legge, ma un prodotto a servizio del cliente e in grado di creare engagement".

Per innovare bisogna sperimentare

Momento tra i più attesi dell'appuntamento, l'intervento di **Hari Balakrishnan**, professore al **Mit** di Boston, cto & founder di Cambridge Mobile Telematics, nonché vincitore nel 2023 del prestigioso *Premio Marconi*. Intervistato dal professor **Gionata Tedeschi**, l'esperto ha spiegato in che modo la tecnologia può aiutare le persone a vivere meglio. Più che la sofisticazione del prezzo, ha sottolineato, l'uso della telematica "è interessante in chiave di prevenzione". Balakrishnan ha citato le statistiche relative agli incidenti stradali, che in Italia sono la prima causa di morte tra gli under 26. "La maggiore dotazione tecnologica dei veicoli – ha detto – non ha a che vedere con una maggiore sicurezza. Anche con l'aumentare delle tecnologie a bordo delle auto le morti sono rimaste stabili in molte aree del mondo". Non a caso una delle principali cause degli incidenti è la distrazione causata dallo smartphone. Ma è proprio da qui, dalla tecnologia, che può arrivare un prezioso contributo in chiave di prevenzione "grazie all'engagement degli utenti attraverso l'uso della telematica". Su questo aspetto, il professore ha citato diverse best practice a cui guardare (in Sudafrica, negli Usa, in Giappone) per l'assistenza e il coaching con meccanismi premianti.

© Insurance Skills Jam

Non è mancato un passaggio sull'intelligenza artificiale, tecnologia attorno a cui "esistono differenti approcci" e in cui un'evoluzione potrà arrivare dalla combinazione di "machine learning, conoscenza dei principi della fisica, analisi dei dati e capacità di rielaborazione del linguaggio". Ma la prevenzione, ha chiosato Balakrishnan "è anche il risultato della sperimentazione, quindi è fondamentale verificare le buone idee e proseguire sulla strada di ciò che funziona".

L'impatto della digitalizzazione sui nuovi prodotti auto

La discussione si è poi addentrata sul segmento motor italiano, e in particolare su come trasformare il rapporto tra compagnie assicurative e clienti attraverso la digitalizzazione. *(continua a pagina 4)*

(*continua da pagina* 3) La tavola rotonda, moderata da **Sergio Stolfa**, founder & member of the board di Insurance Skills Jam, ha visto gli interventi di **Alberto Busetto**, ceo & gm di **Generali Jeniot**, **Davide Devietti**, direttore auto, direzione tecnica danni di **Reale Mutua**, **Barbara Panzeri**, head of marketing di **ConTe.it** e **Nicolò Soresina**, ceo di **Vittoria hub**.

Portare la tecnologia e il dato al cuore dell'assicurazione, in una logica di interazione profonda con il cliente, è la mission di Jeniot, ha ricordato Alberto Busetto, il quale ha sottolineato "i passi da gigante sia nella gestione dei sinistri, sia nella prevenzione" ponendo un'enfasi sulle "azioni che possono ridurre il rischio sulla strada". Il tema della sostenibilità infatti, oggi profondamente radicato, non è da intendersi solo per la riduzione dei consumi, ma nella sostenibilità sociale in termini di incidenti, sinistri, lesioni. Per Jeniot quindi "la tecnologia è un abilitatore di relazione", pertanto anche il ruolo dell'agente è centrale per uscire dalla trappola del prezzo. Su questo aspetto ha concordato Davide Devietti, secondo il quale l'intermediario è la figura che deve divulgare e cavalcare la trasformazione; ecco perché, ha osservato, "la soluzione assicurativa deve essere anche semplice affinché possa avere una collocazione in grado di arricchire l'offerta, e non appesantirla". Devietti ha però lamentato il peso della regolamentazione nel segmento auto, e la percezione eccessivamente (quando non unicamente) legata al prezzo quando si guarda ai prodotti connessi alla telematica. Sulla stessa linea di pensiero anche Barbara Panzeri, secondo cui "in Italia per anni i clienti hanno chiesto la black box unicamente per risparmiare sul premio della polizza". Oggi però la telematica è un'enorme opportunità grazie alla possibilità di raccogliere sempre più dati e alla capacità di tradurli in azioni concrete. In questo solco si muove il lavoro di Vittoria hub, nata per creare, come ha detto Nicolò Soresina, "innovazione out *of the box*", individuando start up in grado di portare idee diverse, nuovi modi di vedere le cose. "La start up – ha detto – è un fotone che deve entrare in collisione con un cristallo di materia, l'assicurazione, per creare energia".

L'evoluzione dei modelli data driven

Una seconda tavola rotonda si è poi addentrata sui temi del pricing e della gestione sinistri. Al dibattito, moderato da **Maurizio Ballabio**, membro del comitato tecnico scientifico di Insurance Skills Jam, hanno partecipato **Andrea Listello**, head of telematics business unit di **UnipolTech**, **Oscar Foti**, responsabile underwriting motor & marine del **Gruppo Helvetia Italia**, **Massimiliano Mascoli**, head of insurtech & international business di **Sara Assicurazioni**, e **Marco Amendolagine**, head of product Europe & Apac di Cambridge Mobile Telematics.

Pioniere nell'innovazione, forte di 4,2 milioni di black box installate, il gruppo **Unipol** è certamente un punto di riferimento: "abbiamo iniziato nel 2003 a studiare il dato e capire i risvolti sui sinistri e sul pricing. Questa operazione ha creato valore, si sono creati i volumi, e quindi è stata creata una società ad hoc, **Alpha Evolution**, diventata poi UnipolTech", ha ricordato Listello. "Lavoriamo a stretto contatto con la compagnia per fornire servizi e per internalizzare gran parte della catena del valore". Il tipo di scambio con la compagnia è costante: "il dato deve essere di qualità affinché si possa costruire del valore in chiave di pricing, claims, antifrode". Ma anche la parte riguardante i costi è fondamentale per far quadrare il business case, e su questo aspetto UnipolTech ha centralizzato tutta la filiera della telematica, dal design della black box alla spedizione a casa, fino allo smaltimento.

Nella visione del Gruppo Helvetia Italia, ha detto Oscar Foti, l'attuale stadio di evoluzione della tecnologia "sta portando un notevole volume di dati che possiamo raccogliere e interpretare per sviluppare un'offerta calibrata sulle reali necessità del cliente, e questo ci potrà portare a offrire un prodotto un po' più accattivante e costruito attorno a dei servizi". E se oggi la black box viene venduta per il prezzo, la sfida "è cogliere tutti gli altri dati che arrivano dall'innovazione tecnologica: la vecchia box – ha chiosato – è ormai superata". (*continua a pagina* 5)

INSURANCE Daily

GIOVEDÌ 31 OTTOBRE 2024 N. 2667

(*continua da pagina 4*) Per Sara Assicurazioni un aspetto importante è quello della contaminazione. "Nella nostra realtà – ha spiegato – abbiamo un processo di innovazione distribuito". Per scardinare l'abitudine del prodotto telematico venduto sulla base del prezzo "occorre lavorare sulla tempistica", mentre sul tema della distrazione alla guida "la possibilità di usare i dati è molto ricca e ci offre l'opportunità di rendere più consapevole al cliente".

E se 18 anni fa, come ha ricordato Marco Amendolagine, la telematica veniva usata soprattutto in chiave antifrode, oggi tanta acqua è passata sotto ai ponti: sono stati sviluppati tanti servizi, sia per la fase di denuncia, sia per la gestione del claim. Amendolagine ha osservato in particolare come negli ultimi anni stiamo assistendo a un aumento della qualità del dato, il che, tra le altre cose, ha consentito di concentrarsi sui servizi per migliorare l'esperienza del cliente durante il sinistro con alcune modalità che ne pre-incanalano la gestione (ad esempio comprendendo ex ante se è di entità grave o lieve), "e tutto ciò – ha evidenziato – porta una velocizzazione del servizio a favore del cliente". Attore protagonista dell'evoluzione ora in atto è senza dubbio lo smarthphone, ma parallelamente esistono use case di device creati ad hoc. "A livello mondiale – ha detto Amendolagine – notiamo che i casi più di successo riguardano i cosiddetti *Tag*, dispositivi IoT connessi allo smartphone che hanno un'efficienza molto alta". Per il futuro, archiviato "il miraggio della connected car", all'orizzonte ci sono scenari interessanti "che potrebbero essere un nuovo step di quella che può essere la diffusione della connected insurance".

© metamorworks - iStock

Nell'intervento a chiusura della giornata, **Nino Tarantino**, svp head of international sales di Cambridge Mobile Telematics è tornato sul smartphone e sulla sua centralità. "Un terzo degli incidenti rilevati dalla telematica – ha affermato – sono stati provocati dalla distrazione al telefono. È la causa del problema, e può essere anche la soluzione. La tecnologia deve riuscire a farlo diventare lo strumento principale di cambiamento, nell'engagement, identificando le modalità attraverso cui il guidatore abbia un incentivo, una motivazione per cambiare il proprio comportamento".

Beniamino Musto

Festa di Ognissanti

In occasione della festività di Ognissanti, la redazione di **Insurance Connect** non sarà operativa domani, venerdì primo novembre. Anche *Insurance Daily* non uscirà domani ma tornerà regolarmente lunedì 4 novembre. Tutti i siti di Insurance Connect torneranno a essere aggiornati lunedì.

La redazione augura a tutti i lettori buone feste.

Insurance Daily
Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it
Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano
T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it
Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it
Supplemento al 31 ottobre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577