

Ania

Associazione Nazionale
fra le Imprese Assicuratrici

3° Conferenza Nazionale sulla Sharing Mobility

SESSIONE II: POLITICHE E MISURE PER LA SHARING MOBILITY

Sandro Vedovi - Fondazione ANIA

Roma, 27 giugno 2019

Il futuro

L'esplosione della digitalizzazione è una chiave per la diffusione di prodotti sempre più *taylor made* e di polizze *usage based*, in cui all'offerta di prodotti assicurativi classici si affiancherà l'offerta di servizi.

Si assisterà alla modifica del modello assicurativo e del business presente e futuro a causa di:

- **una miglior capacità predittiva**, grazie all'utilizzo dei big data storici e dei dati real time (funzioni biometriche e driving behaviour);



- **la pluralità di attori coinvolti.** La connettività e l'ambiente smart implicano il coinvolgimento di una pluralità di attori e quindi una molteplicità di responsabilità

I cambiamenti interesseranno anche il settore assicurativo

La nuova mobilità offre al settore assicurativo l'opportunità di riflettere su come poter evolvere il proprio modello di business in considerazione del ruolo ricoperto e dell'esperienza maturata nel settore.

Ci sarà un impatto che potrà riguardare vari ambiti tra cui:

- la crescita dei dati a disposizione delle analisi;
- la creazione di nuovi bisogni di copertura assicurativa con la creazione di nuovi prodotti orientati alla molteplicità degli aspetti della nuova mobilità (proprietà/condivisione, tecnologia, servizi di mobilità, multimodalità: da auto a bicicletta) ;
- l'aumento della complessità dei modelli di tariffazione;
- il cambiamento del concetto di responsabilità civile di prodotto e cyber insurance, dato che progressivamente la principale causa di incidente sarà rappresentata non dal guidatore ma dalla tecnologia all'interno del veicolo;
- la riduzione degli incidenti con un impatto positivo sulla loro frequenza;
- la riduzione della possibilità di frodi ed elusione assicurativa;
- la crescita dei costi per la riparazione dei veicoli visto la loro maggiore tecnologia;
- l'ingresso di nuovi player che rivoluzioneranno il modello di business del mercato;
- un crescente potere dei costruttori di auto e dei player tecnologici in grado di intermediare la relazione con il cliente e l'accesso a informazioni privilegiate

Modelli di tipo predittivo

Si è sempre più vicini a una modalità di offerta al consumo, con un approccio di tipo *on demand* e *pay per use* mutuato dai modelli di servizio inaugurati dalla *digital economy*.

Le Insurtech, infatti, stanno reinventando tutti i canali della relazione e dell'interazione, ma anche le modalità di interpretazione della domanda per elaborare **un'offerta di tipo sempre più puntuale**, spostandosi da un modello proattivo a **modelli di tipo predittivo** attraverso un uso sempre più spregiudicato e intelligente dei dati e degli algoritmi a loro disposizione.

Le Insurtech sono in grado di offrire prodotti personalizzati studiate in base all'utilizzo effettivo del cliente e/ o all'aggiunta di un pacchetto di servizi diversificati.

Per le Compagnie è indispensabile:

- rispondere a nuovi bisogni lavorando con un approccio che consenta di scoprire cosa muove ciascuno dei consumatori - obiettivi, bisogni, sentimenti, azioni – per **sviluppare offerte customizzate**;
- **innovare processi, prodotti e investire in competenze interne e esterne** per migliorare l'interazione con i propri clienti e garantirsi nuove opportunità di crescita.



Pluralità di responsabilità

L'evoluzione dei modelli attuali mostra come ci si sposterà verso un ambito in cui prevarrà il b-to-b, in cui la responsabilità potrà essere frazionata tra *car makers*, *softwarehouse*, proprietario del veicolo e concessionario dell'infrastruttura.

Uno dei primi profili che cambierà in modo sostanziale è quello relativo al diverso coinvolgimento del costruttore di automobili, in quanto responsabile dei sistemi *hardware* e *software* di gestione del veicolo autonomo e di comunicazione con altri veicoli/infrastrutture.

Questo sarà, infatti, esposto ad una responsabilità molto più elevata di quella attuale, non solo nella fase precedente, ma anche in quella successiva alla vendita del veicolo, dovendo costantemente e tempestivamente provvedere all'aggiornamento dei sistemi ingegneristici e fornire le eventuali ulteriori cautele al proprietario del veicolo autonomo.



L'automatizzazione non può, infatti, arrivare ad escludere totalmente l'errore o il difetto umano, almeno nella fase dell'ingegneria o della progettazione se non in quella della guida. L'aspetto relativo alla responsabilità del prodotto per quanto riguarda i sensori e/o gli algoritmi, sarà rilevante per le Compagnie consentendo di generare un business economicamente strategico nei prossimi anni.

La tecnologia come fattore trainante di sviluppo

Un grande potenziale per il settore assicurativo è rappresentato dalle novità tecnologiche della «connected insurance». Tale nuovo approccio, basato sull'utilizzo di sensori telematici per la raccolta e trasmissione di dati che vengono elaborati e collezionati ai fini di disporre di utili informazioni per incrementare la produttività e la qualità del business assicurativo, consente di mantenere sempre in equilibrio le esigenze del cliente con il fabbisogno tariffario.

In questo campo le compagnie di assicurazione nazionali sono state pioniere della diffusione delle scatole nere, che hanno registrato una grande crescita soprattutto negli ultimi anni passando da 1 milione di dispositivi installati all'inizio del 2010 a ben **6 milioni nel 2017**, pari circa al 15% del totale delle autovetture assicurate nell'anno, rappresentanti la più alta penetrazione al mondo.

Questo è stato possibile grazie ad un contesto particolarmente favorevole e ad un'attenzione crescente verso le polizze *driving behaviour*.

Vantaggi derivanti dalla sottoscrizione di contratti abbinati a scatole nere in fase assuntiva

Le polizze abbinata a meccanismi elettronici che registrano l'attività del veicolo consentono di godere di numerosi vantaggi, sia in fase assuntiva che in fase liquidativa.

Per quanto riguarda il primo aspetto, queste:

- permettono di godere di una maggior personalizzazione dell'offerta, con tariffe a chilometro o attraverso il monitoraggio dello stile di guida;
- costituiscono una nuova metodologia per «prezzare» i rischi, aggiornando continuamente i profili della clientela e perfezionando il pricing in “tempo reale”;
- consentono di ridurre il gap informativo che solitamente caratterizza il rapporto tra l'automobilista e la compagnia rendendo l'assicuratore, a priori, più fiducioso di trovarsi di fronte ad un cliente onesto e quest'ultimo maggiormente incentivato ad adottare dei comportamenti più virtuosi e avveduti, prestando maggiore attenzione al rispetto delle regole.

Effetti delle *black box* sulla sinistrosità degli assicurati

Per valutare gli effetti delle scatole nere sulla sinistrosità degli assicurati l'ANIA ha condotto uno studio sui dati del mercato r.c. auto italiano per il quadriennio 2012-2015.

Le evidenze suggeriscono che i veicoli dotati di scatola nera hanno registrato:

- una frequenza dei sinistri mediamente inferiore del 2-5% rispetto alle vetture prive di tali dispositivi;
- una probabilità di causare un sinistro è mediamente del 20% più bassa rispetto a coloro che non avevano accettato di farsi monitorare lo stile di guida.

I benefici sono riscontrabili in tutte le classi ma gli effetti più rilevanti si possono notare nei profili tendenzialmente più sinistrosi, quali: i guidatori di età compresa tra i 27 e i 31 anni, le vetture più potenti e le aree considerate ad alto rischio.

Vantaggi derivanti dalla sottoscrizione di contratti abbinati a scatole nere in fase liquidativa

Le scatole nere permettono, inoltre, di avere un monitoraggio degli incidenti stradali e delle dinamiche che li hanno caratterizzati e di agire anche nella fase liquidativa attraverso la contestazione di richieste esagerate di danni o addirittura di domande di rimborso per i c.d. “sinistri fantasma”.

Oltre a garantire una attribuzione di responsabilità più accurata si possono avere, infine, dei miglioramenti nei processi di gestione e di risarcimento dei sinistri, che diventano automaticamente più celeri, e una riduzione del contenzioso, con una automatica riduzione dei costi connessi.

Servizi accessori ad alto valore aggiunto

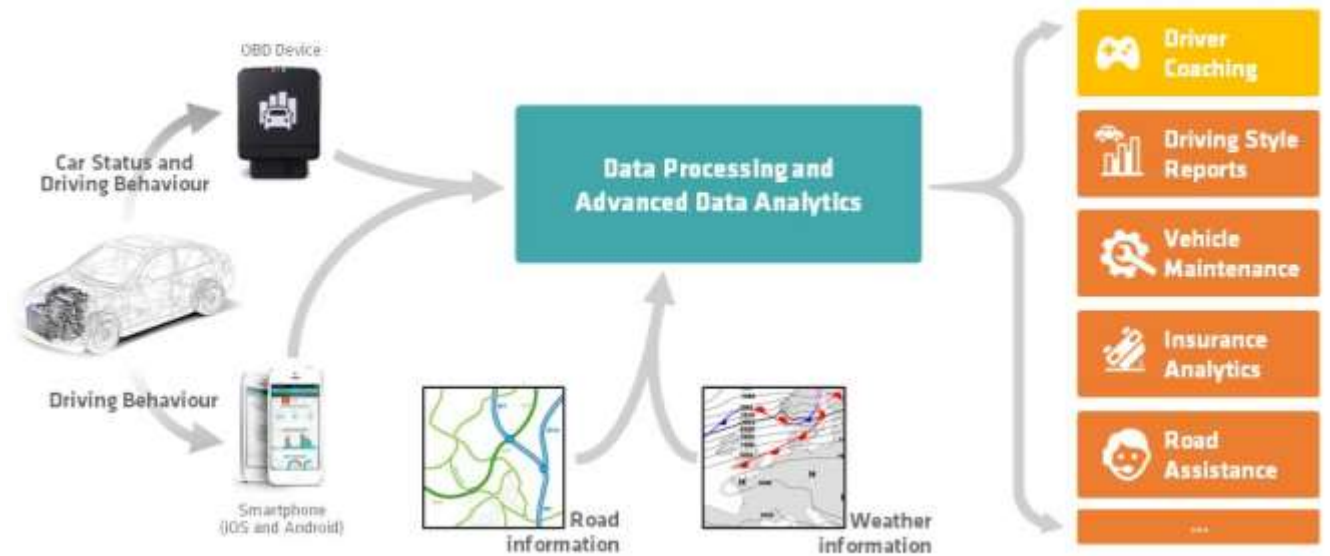
Alla finalità principale delle scatole nere di accertamento dei crash si affiancano numerosi altri servizi offerti dalle compagnie quali, ad esempio:

- le garanzie accessorie per l'assistenza stradale agli automobilisti (95% dei casi);
- l'assistenza in caso di furto dei veicoli (60%);
- la possibilità di trasmettere messaggi di emergenza per l'invio di un carro attrezzi o di soccorsi;
- ulteriori servizi aggiuntivi (20%) quali ad esempio le assicurazioni per i viaggi, lo sport e il controllo sui limiti di velocità;
- la modalità eCall che permette di allertare automaticamente i servizi di soccorso in caso di incidente stradale qualora l'automobilista non sia in grado di provvedere in modo autonomo (10-15%).

Sviluppi futuri

Nei prossimi anni, grazie all'enorme quantità di dati rilevati e registrati dai dispositivi telematici, le imprese avranno la **possibilità di trasformare il loro business model offrendo ulteriori servizi ad alto valore aggiunto** quali:

- la diagnostica (il monitoraggio in tempo reale dello stato di manutenzione del veicolo e dell'usura di parti essenziali);
- *l'infotainment* (gli aggiornamenti sul traffico e sulle condizioni meteorologiche, sulla localizzazione e saturazione dei parcheggi, sull'individuazione di punti di interesse, come distributori o punti vendita, nelle vicinanze);
- l'educazione ai rischi del guidatore a fini di prevenzione degli incidenti (ad esempio *l>alert* in caso di guida pericolosa).



Questo permetterà loro di **distinguersi sul mercato e di aumentare il livello di interazione con il cliente**, puntando alla sua soddisfazione e fidelizzazione.

Ania

Associazione Nazionale
fra le Imprese Assicuratrici

Grazie per l'attenzione!

Roma, 27 giugno 2019