

# OPEN E CONNECTED INSURANCE: COME CAMBIANO I MODELLI DI SERVIZIO

di FABRIZIO AURILIA

SONO TANTI E VARIEGATI GLI STRUMENTI CHE STANNO POPOLANDO IL MERCATO DEI RISCHI E CHE NASCONO DA PARTNERSHIP CON START UP E TERZE PARTI IN GRADO DI ARRICCHIRE LA CATENA DEL VALORE ASSICURATIVO. SE N'È DISCUSO IN UNA TAVOLA ROTONDA DELL'INNOVATION SUMMIT 2022, CON IL POLITECNICO DI MILANO, REALE MUTUA E SARA ASSICURAZIONI

La seconda giornata dell'*Innovation Summit* si è aperta con una riflessione sull'*open insurance* e sui modelli di servizio, con una tavola rotonda moderata da **Maria Rosa Alaggio**, cui hanno partecipato **Alberto Garuccio**, head of ecosystem and open insurance di **Reale Mutua**; **Giulio Salvadori**, direttore degli osservatori Internet of things, Connected car & mobility e Smart city del **Politecnico di Milano**; **Luigi Vassallo**, chief operating officer di **Sara Assicurazioni**.

La discussione ha coinvolto l'evoluzione della tecnologia, a partire dalla *connected insurance*. Nel mercato – ha spiegato Salvadori – ci sono tanti nuovi modelli che si stanno imponendo grazie all'IoT: “dal mondo del pay-per-use all'instant insurance, però c'è bisogno che le compagnie percorrano la trasformazione in atto”.

L'instant insurance è un fenomeno di open innovation nato nel 2017 da alcune start up che ora vantano estese partnership con gli assicuratori. Ma secondo Salvadori non tutti i modelli sono equiparabili: “ci sono soluzioni di instant insurance che estendono le garanzie della polizza base”, ha ricordato. Si tratta di diverse modalità di costruzione dei prodotti, una sorta di ponte tra assicurazioni tradizionali e coperture più futuribili.

## L'INSTANT INSURANCE SI BASA SULLA FIDUCIA

L'altro trend evidenziato dal Politecnico di Milano è il graduale passaggio dall'utilizzo dell'hardware (per esempio la classica black box) all'uso di servizi integrati, come gli *Adas*. “Stesso discorso si può fare sulla casa”, ha sottolineato Salvadori: “ci sono abitazioni già connesse su cui l'assicurazione può offrire un servizio

ad hoc” e sulla base di questi servizi modulare il premio, cioè ridurlo, ma anche alzarlo.

“Il tema dell'open insurance è rilevante sul piano dell'offerta, ma bisogna inquadrarlo in una prospettiva più ampia dell'evoluzione delle tecnologie”, ha riflettuto Alberto Garuccio di Reale Mutua. “Noi abbiamo intrapreso un percorso a supporto degli agenti anche in un'ottica di complemento dell'offerta, cogliendo specifici bisogni che con un approccio tradizionale non avremmo saputo cogliere”. Queste tecnologie permettono di interagire con il cliente in qualunque momento e adattando l'interazione ai diversi contesti e alle molteplici necessità di intervento.

“In quest'ottica – ha continuato Garuccio – l'instant insurance può rinsaldare il rapporto di fiducia perché completa la relazione e rafforza il legame tra brand e cliente”. In Spagna, Reale Group ha lanciato prodotti di questo tipo che arricchiscono l'offerta e rafforzano anche la relazione tra compagnia e rete agenziale.

## I “VANTAGGI DEMOCRATICI” DELL'INNOVAZIONE

Il vantaggio dell'open insurance, dei servizi digitali, è anche un vantaggio, per così dire, *democratico*. Ne è convinto Luigi Vassallo, di Sara Assicurazioni, secondo cui nella gestione aziendale, “l'adozione del cloud e dei sistemi di open insurance crea democrazia perché un'azienda di medie dimensioni, come Sara, non avrebbe la possibilità di competere con le grandi compagnie”. Le partnership hanno permesso a Sara di digitalizzare molte parti della catena del valore, tra cui la liquidazione dei sinistri semplici: “lo possiamo fare –



Da sinistra: **Giulio Salvadori**, direttore degli osservatori Internet of things, Connected car & mobility e Smart city del Politecnico di Milano; **Alberto Garuccio**, head of ecosystem and open insurance di Reale Mutua; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Luigi Vassallo**, chief operating officer di Sara Assicurazioni

## SENZA L'IMPEGNO DI TUTTI NON C'È PROSPETTIVA

**N**ell'ambito salute e cura degli anziani ogni compagnia ha attivato nuovi servizi, più o meno sperimentali. Nel caso di Sara Assicurazioni, la sperimentazione è andata di pari passo con l'integrazione con assistenti vocali come *Alexa*, o device indossabili, come *iWatch* di **Apple**: “abbiamo creato un percorso - ha spiegato Luigi Vassallo, chief operating officer di Sara Assicurazioni - che mette insieme la componente assicurativa, un servizio di concierge e uno strumento tecnologico, ovvero un braccialetto indossabile abbinato agli smartphone dei caregiver della persona anziana da monitorare da remoto”. Tutto molto bello e per certi versi confortante. Ma quante di queste sperimentazioni riescono poi a diffondersi sul mercato?

Secondo Alberto Garuccio, head of ecosystem and open insurance di Reale Mutua, “il punto cruciale è individuare quelle iniziative che trovano un accordo complessivo tra le varie funzioni aziendali, compresa la distribuzione, altrimenti se non c'è commitment non c'è prospettiva di sviluppo”.

È d'accordo anche il manager di Sara, secondo cui “l'aspetto più difficile è proprio l'adozione”. Vassallo ha sottolineato come nel gruppo convivano “agenzie strutturate” in grado di gestire percorsi innovativi, e a valore aggiunto, e realtà “piccole e piccolissime” che vanno ancora accompagnate e aiutate a non restare indietro.

ha detto Vassallo - perché operiamo in un ecosistema e non abbiamo la pretesa di fare tutto in casa”.

## DATI: I SILOS SOSTITUITI DAGLI HUB

La via di mezzo sembra essere la soluzione per compagnie medie. Se è vero che le collaborazioni e l'open insurance sono centrali per un'impresa come Sara, lo è anche l'evoluzione delle competenze in-house che ha permesso alla compagnia di sviluppare uno strumento di *machine learning* proprietario con cui gestisce le black box.

“Ma nel mondo motor - ha sottolineato Vassallo - ci sono ancora troppi silos: mi aspetto che presto questi saranno sostituiti da hub dove confluiscono tutti dati centralizzati, anche quelli forniti dai car vendor. Sarà possibile, così, pensare a servizi molto più ricchi, caratterizzati da un'agilità diversa e da una più semplice portabilità dei dati”, ha chiosato Vassallo.

## LA CRESCITA DELL'INTERESSE

In ultima istanza, ha spiegato Salvadori, l'IoT è stato essenziale in questi anni per abilitare tre direttrici di sviluppo: ha aumentato la visibilità, ha migliorato la personalizzazione e ha consentito una migliore conoscenza del cliente.

“L'osservatorio sull'IoT del Politecnico di Milano - ha aggiunto - è nato 12 anni fa, trattando un tema percepito come utopico: erano solo una decina le aziende sedute al tavolo, oggi il numero è molto più alto e sono soprattutto le compagnie assicurative a essere più interessate, a volerne capirne di più”, ha concluso.