

# Come la tecnologia cambia/minaccia il business assicurativo (e la distribuzione)

**Dott. Dario Focarelli**

Direttore Generale ANIA - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici, Roma

Nell'attuale fase di rapido sviluppo delle tecnologie applicate nel business assicurativo a livello globale, l'Italia figura tra i paesi protagonisti, grazie alla forte diffusione delle cosiddette "black box" nel settore R.C. auto. Tale esperienza si sta trasformando in una vera e propria "best practice", che sta attirando l'interesse di tutto il mondo.

Nelle prime fasi di sviluppo, la funzione ultima - se non unica - di questi apparecchi era di differenziare la clientela in base al rischio, separando i "buoni" dai "cattivi" guidatori. Ora sono sempre più al centro di una vera e propria rivoluzione digitale nel settore assicurativo.

In un recente approfondimento, l'Economist descrive l'assicurazione come una "Grande Mamma" che esorta i cittadini ad adottare comportamenti virtuosi: "guida con prudenza", "installa la tecnologia antincendio", "controlla la tua salute". Nella teoria economica la funzione di favorire la prevenzione è riconosciuta da tempo al settore assicurativo: si pensi a come l'assicurazione ha favorito lo sviluppo degli impianti antincendio.

Ma le nuove tecnologie hanno la caratteristica nuova di stimolare - giorno per giorno - comportamenti virtuosi degli assicurati. Oggi le nuove tecnologie permettono, da un lato, il controllo a distanza e, dall'altro, la conoscenza di tutte le informazioni necessarie sui comportamenti degli assicurati, senza dover ricorrere a proxy o dati storici. Questo cambia totalmente il modo di prezzare e selezionare il rischio da parte dell'assicuratore.

Oltre alla scatola nera esistono altri esempi di uso di tecnologie IoT ("Internet of Things", "smart internet-connected devices") nell'assicurazione: i braccialetti ("fitness devices"), all'utilizzo dei quali in molti paesi viene correlato il costo dell'assicurazione sanitaria; l'uso delle telecamere inserite negli occhiali in America, richiesto, ad esempio, ai medici per verificare i reali comportamenti ai fini della R.C. professionale; i sensori all'interno delle case che avvertono sui potenziali danni agli im-



## Agenda

- L'assicurazione come «BIG MOTHER»
- IoT (smart Internet-connected devices) e telematica in assicurazione
  - Esempi
  - Conseguenze sul rischio e per gli assicurati
- L'uso dei Big Data
  - L'industria assicurativa ha mostrato un approccio conservativo
  - Cause del ritardo e Driver del cambiamento
  - Competizione/collaborazione con altri operatori
  - Effetti della tecnologia per la distribuzione tradizionale

## L'assicurazione come la «Grande Mamma»

- In un recente approfondimento dell'Economist, l'assicurazione è stata definita come una «BIG MOTHER» per i cittadini
  - «Guida con prudenza», «Controlla la tua salute», «Installa la tecnologia antincendio»
- Non è una scoperta. Da ormai 50 anni gli economisti hanno formalmente modellato la relazione tra mutualità e prevenzione del rischio
  - In condizioni «normali», i soggetti più avversi al rischio tendono ad assicurarsi di più e/o a pagare un prezzo più elevato, sussidiando implicitamente gli altri
- La novità sta nel fatto che le nuove tecnologie (IoT) permettono:
  - Un controllo a distanza accurato
  - Di conoscere i comportamenti degli assicurati, osservandoli direttamente e senza doverli inferire da proxy, dalla storia passata o dal rapporto umano

pianti; in un futuro non lontano, il glucometro all'interno delle lenti a contatto per misurare la glicemia e valutare i comportamenti alimentari dell'assicurato.

Vi sono però due temi nuovi su cui interrogarsi. Il primo è che il diffondersi dei comportamenti più avveduti, mitigando il rischio, riduce il fatturato dell'assicurazione.

Da studi effettuati da Morgan Stanley e Boston Consulting Group è emerso, infatti, che le scatole nere riducono la rischiosità del 15-25%, i sensori all'interno delle case del 40-60%. Inizialmente, e forse per un periodo non breve, c'è un guadagno perché si abbassano i costi, anche e soprattutto per il calo dell'incidenza delle frodi, ma nel lungo termine il business della compagnia può arrivare a dimezzarsi. Poco male se ci sono altri bisogni assicurativi da coprire, ma certamente un tema da affrontare anche dal lato distributivo.

Il secondo tema è di carattere etico-sociale. Le informazioni raccolte con la scatola nera danno la possibilità di premiare i clienti con comportamenti migliori: ma gli altri – e siamo pur sempre nell'ambito di un'assicurazione obbligatoria – a che prezzo verranno assicurati?

In ogni caso, ritengo che fino a che si tratta di tecnologie che favoriscono i buoni comportamenti, il beneficio sociale sia tendenzialmente superiore a un possibile costo in termini, ad esempio, di minore privacy.

Il tema più delicato è quando l'assicuratore ha delle informazioni che non possono essere modificate dal buon comportamento. Faccio l'esempio delle informazioni genetiche, anche se si tratta di un esempio improprio, in quanto l'utilizzo di tali informazioni è al momento vietato ovunque. È evidente che alcune informazioni potrebbero rendere non assicurabili persone con geni considerati "non buoni", quindi mala-

### Esempi di uso di tecnologie IoT in assicurazione

- **Scatole nere nelle macchine**
  - In questo contesto non deve aggiungere altro, se non complimentarsi del fatto che per brevità o necessità siamo in questo settore leader nel mondo.
- **Fitness device**
  - In molti Paesi, il costo dell'assicurazione sanitaria viene correlato all'utilizzo di questi strumenti e/o al raggiungimento di certi obiettivi (esempio, 10.000 passi al giorno).
- **Uso delle telecamere (magari inserite negli occhiali)**
  - Permettono di verificare i reali comportamenti in tutte le assicurazioni (esempio, oltre alla rc auto, la responsabilità dei medici).
- **In un futuro non lontano ...**
  - Sensori nelle case avvertiranno sui potenziali danni degli impianti.
  - Glucometri (ossia strumenti che misurano la glicemia) inseriti nelle lenti a contatto potranno permettere di valutare i comportamenti alimentari.

Ania | Banca IMI - Convegno "Tecnologie e Innovazione" | 21 Ottobre 2015 | 4

### Conseguenze sul rischio

- Se questi strumenti inducono comportamenti più avveduti e un calo dell'incidenza delle frodi, il rischio si riduce e il prezzo dell'assicurazione diminuisce.

– In uno studio di Morgan Stanley e Boston Consulting Group viene stimato che i sinistri per i danni alle abitazioni potrebbero diminuire del 40-60% e



Ania | Banca IMI - Convegno "Tecnologie e Innovazione" | 21 Ottobre 2015 | 5

### Conseguenze per gli assicurati

- **La migliore capacità di underwriting degli assicuratori**
  - Premia i comportamenti avveduti ma ...
  - può rendere non assicurabili (o assicurabili a prezzi molto elevati) alcuni clienti.
- **Ci sono problemi di protezione della privacy ma in genere ci sono significativi vantaggi per la società**
  - Guidare in modo prudente, mangiare meglio, fare movimento in modo regolare sono comportamenti che migliorano il benessere dei cittadini e riducono i costi sanitari.
  - Evitare di costruire in aree (come in alcune zone della Florida o vicino agli argini dei fiumi) renderà le comunità più sicure.
- **Più complesso è il tema dell'uso delle informazioni genetiche, che non dipendono dai comportamenti**
  - Il divieto di usare il genere per le tariffe ha conseguenze perverse.
  - Ma informazioni sul codice genetico possono rendere non assicurabili clienti malati e inoperabili. Lo sviluppo della medicina sposterà il confine.

Ania | Banca IMI - Convegno "Tecnologie e Innovazione" | 21 Ottobre 2015 | 6

te, indipendentemente dal loro comportamento e in condizioni di impossibilità di cambiare la propria condizione. Al tempo stesso, però, lo sviluppo della medicina può spostare il confine: si pensi ad esempio a cure che possano essere effettuate solo su persone con determinate caratteristiche genetiche. Insomma, lo sviluppo delle tecnologie ci fa interrogare su come si sposta il confine dell'assicurabilità, o in altri termini della capacità di garantire la natura stessa del servizio della nostra industria alla società.

Un altro modo per ottenere informazioni sul cliente sono i "big data", che molti etichettano come SMAC ("Social, Mobile, Analytics and Cloud"). Si tratta di un aspetto su cui tutte le società stanno investendo moltissimo, soprattutto sul tema degli "analytics". Secondo molte survey l'industria assicurativa ha avuto un approccio conservativo e poco innovativo sull'utilizzo della totalità dei dati digitali disponibili; il settore bancario viene invece considerato più avanzato.

Ciò dipende, forse, dal fatto che gli assicuratori sono prudenti per definizione. Quando viene chiesto loro il perché del ritardo, gli assicuratori addebitano la lentezza nell'adozione di nuove tecnologie al peso dell'"eredità" (legacy) delle tecnologie già adottate e a una certa resistenza al cambiamento di alcune categorie lungo la catena della creazione di valore assicurativo, come la distribuzione.

In un'indagine svolta recentemente è però risultato che l'80% delle compagnie europee ha programmato nei prossimi cinque anni un intervento massiccio in almeno quattro delle sei funzioni (underwriting, marketing, gestione del processo, pricing) basata sull'introduzione di tecnologie big data. Ciò può avere effetti enormi sulla struttura organizzativa delle aziende, a maggior ragione se si pensa alle strategie di integrazione delle nuove tecnologie in agili sub-brand come è avvenuto in passato per le imprese dirette.

Un grande punto interrogativo di questa discussione riguarda, infine, il canale distributivo tradizionale. Ovviamente, la tecnologia e i big data possono dare un grandissimo aiuto agli agenti tradizionali, in termini di semplificazione del lavoro amministrativo e di identificazione dei bisogni dei clienti. D'altro canto, però, queste

### Conseguenze per gli assicurati

- La migliore capacità di underwriting degli assicuratori
  - Premi i comportamenti avveduti ma ...
  - può rendere non assicurabili (o assicurabili a prezzi molto elevati) alcuni clienti
- Ci sono problemi di protezione della privacy ma in genere ci sono significativi vantaggi per la società
  - Guidare in modo prudente, mangiare meglio, fare movimento in modo regolare sono comportamenti che miglioreranno il benessere dei cittadini e ridurranno i costi sanitari.
  - Evitare di costruire in aree (come in alcune zone della Florida o vicino agli argini dei fiumi) renderà le comunità più sicure
- Più complesso è il tema dell'uso delle informazioni genetiche, che non dipendono dai comportamenti
  - Il divieto di usare il genere per le tariffe ha conseguenze perverse
  - Ma informazioni sul codice genetico possono rendere non assicurabili clienti malati e incolpevoli. Lo sviluppo della medicina sposterà il confine

ANIA - Banca Inceff - Come la tecnologia cambia/rimodifica l'ecosistema assicurativo e la distribuzione | 28 Ottobre 2015 | 8

### Cause del ritardo e Driver del cambiamento

- Perché gli assicuratori sono conservativi:
  - Legacy nella tecnologia (80%);
  - Lentezza nel cambiamento (54%);
  - Resistenza della distribuzione (40%).
- Cosa vogliono ottenere dal digitale:
  - Cliente più soddisfatto (33%)
  - Controllo della relazione con il cliente (20%)
  - Nuovi clienti (14%)



ANIA - Banca Inceff - Come la tecnologia cambia/rimodifica l'ecosistema assicurativo e la distribuzione | 28 Ottobre 2015 | 8

### Competizione/collaborazione con altri operatori

- Considerato il ritardo nell'uso della tecnologia, c'è il rischio di disruption dovuto dall'ingresso di nuovi operatori
  - Innanzitutto, operatori in grado di usare meglio i dati social e mobile e quindi guadagnare nella distribuzione (Google ...)
  - FinTech start-ups che non hanno i vincoli di legacy con il passato degli incumbent e possono, a costi contenuti, sperimentare nuovi business model
- Mi sembra che la strategia adottata possa essere descritta come una combinazione
  - acquisire la nuova tecnologia (attraverso le collaborazioni)
  - e sperimentarla in agili sub-brand (un po' come è avvenuto con il canale diretto)
- Un grande punto interrogativo riguarda però la distribuzione

ANIA - Banca Inceff - Come la tecnologia cambia/rimodifica l'ecosistema assicurativo e la distribuzione | 28 Ottobre 2015 | 8

tecnologie tendono a rendere più “diretto” il legame tra impresa e cliente.

Non credo ai risultati di quell’indagine riportata di recente dal Corriere della Sera sui dieci mestieri che scompariranno nei prossimi vent’anni che includeva tra essi la professione dell’agente assicurativo ([http://www.corriere.it/cronache/cards/dieci-lavori-via-estinzione/postino\\_principale.shtml](http://www.corriere.it/cronache/cards/dieci-lavori-via-estinzione/postino_principale.shtml)).

Anche se è vero che le nuove tecnologie consentono di fare cose ritenute incredibili fino a ieri, tendo a pensare che decisioni importanti come quelle di assicurarsi continueranno anche nel futuro a dover essere supportate dal confronto con uno specialista.

#### Effetti della tecnologia per la distribuzione tradizionale

• L’ agente tradizionale (su cui è imperniata la distribuzione nel comparto danni)

- può essere alleggerito del «lavoro burocratico»
- essere meglio indirizzato sui bisogni dei potenziali clienti

• ma ... il legame tra impresa e cliente può essere (almeno sui prodotti più «semplici») molto più «diretto» in termini di:

- contatto e diffusione di informazioni
- e persino di contatto diretto (teleconferenza)