

PRIMO PIANO

Rca, il costo dei pirati

Il ministero dello Sviluppo economico ha confermato al 2,50% l'aliquota dovuta per il 2018 dalle imprese assicurative alla Consap quale contributo alla gestione autonoma del Fondo di garanzia per le vittime della strada. È quanto si legge nella determinazione del Mise del 16 gennaio scorso, pubblicata ieri sulla Gazzetta ufficiale. Il valore è determinato nella misura del 2,50% dei premi incassati nello stesso esercizio, al netto della detrazione per gli oneri di gestione stabilita con il provvedimento dell'Ivass.

L'intervento del fondo di garanzia è limitato al massimale di legge vigente al momento del sinistro, che dall'11 giugno 2017 è pari a 6.070.000 euro nel caso di danni alle persone, per sinistro; 1.220.000 nel caso di danni alle cose, per sinistro. Quattro le ipotesi di sinistro per cui interviene il fondo: veicoli non identificati, per soli danni alla persona; veicoli non assicurati, per danni alla persona e per danni alle cose; veicoli assicurati con imprese in liquidazione coatta amministrativa; veicoli posti in circolazione contro la volontà del proprietario. A queste casistiche se ne aggiungono due: i sinistri causati da veicoli spediti nel territorio italiano da un altro Stato dello See, e i sinistri causati da veicoli esteri con targa non corrispondente o non più corrispondente allo stesso veicolo.

Beniamino Musto

TECNOLOGIE

L'insurtech è un superpotere

Al Paris Fintech Forum, tenutosi nella capitale francese, spazio anche alle start up innovative per il settore assicurativo: quelle realtà a cui tocca correre per far accelerare un comparto pesante

Per due giorni, martedì e mercoledì, Parigi è stata la capitale europea delle avanguardie tecnologiche applicate al settore finanziario: in una parola, le *fintech*. Palais Brongniart, l'antica sede della Borsa parigina, ha accolto ieri e l'altro ieri la terza edizione del **Paris Fintech Forum**, un evento giunto alla terza edizione, che ha riunito oltre 150 start up tecnologiche che operano nei settori finanziari, venute da più di 45 Paesi. È stata soprattutto un'occasione per queste realtà molto innovative di stringere relazioni e mettersi in mostra, incontrando più di 200 top manager del mondo bancario, assicurativo ed economico.

Tra i tanti appuntamenti che hanno puntellato la due giorni parigina, c'è stato spazio anche per l'*insurtech*: tante piccole aziende gestite soprattutto da giovani (e coraggiosi) imprenditori-manager che, ognuna a suo modo, hanno scommesso sulla tecnologia per cambiare l'assicurazione. Chi attraverso partnership con gli assicuratori tradizionali, chi mettendosi in competizione, chi auspicando l'ingresso nel settore dei giganti tecnologici, per poi, magari, essere acquistati; insomma sono tante le idee e le strategie delle start up *insurtech* che cercano di infilarsi nelle strette maglie di un settore quasi mai dimostratosi davvero innovativo.

PER UN'ASSICURAZIONE RILEVANTE

Nello specifico, nel pomeriggio di ieri, una sessione d'incontri è stata dedicata totalmente all'*insurtech*. L'appuntamento è stato moderato da **Matteo Carbone**, fondatore e capo dell'Osservatorio sulla *connected insurance*, think tank internazionale che riunisce 50 tra istituzioni finanziarie, organizzazioni e associazioni del settore assicurativo, e che opera nei principali Paesi europei e nordamericani.

(Continua a pag.2)



Palais Brongniart, Parigi



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui



(Continua da pag.1)

Secondo i dati presentati da Carbone nella sua introduzione, a oggi operano oltre 1.500 start up insurtech per un giro d'affari di circa 19 miliardi di dollari, "ed è sbagliato il pregiudizio per cui si crede che le insurtech siano relegate al settore della distribuzione", ha sottolineato Carbone. Le tante piccole aziende che cercano di cambiare l'assicurazione operano a ogni livello della catena produttiva: dalla consulenza alla vendita fino a usi innovativi della polizza e dei servizi collegati. Molte sono legate allo sviluppo dell'Internet of things, altre alla tecnologia peer-to-peer. "Tutta l'assicurazione sarà insurtech – ha evidenziato Carbone – perché l'insurtech è come un superpotere che aumenta le capacità dei player assicurativi".

Il timore che l'assicurazione possa diventare invisibile e influente nel prossimo futuro, secondo Carbone, è immotivato perché l'IoT renderà i servizi assicurativi rilevanti e di uso frequente, genererà valore e contribuirà ad aumentare la profittabilità. "Ma sono gli assicuratori – ha chiosato – che devono abbracciare l'insurtech: solo così potranno essere davvero rilevanti in futuro".

AXA, I DATI PER PROTEGGERE (E DA PROTEGGERE)

L'approccio degli assicuratori tradizionali deve quindi cambiare, e in parte lo sta già facendo. Quello assicurativo non è stato il primo settore ad aprirsi alle novità tecnologiche. Anche un colosso mondiale dell'industry, come **Axa**, ammette che la prima reazione di un assicuratore tradizionale alle novità dell'insurtech è, appunto, da tradizionalista. "Ma ora le cose funzionano bene ed evolvono, anche grazie a ingenti investimenti in nuove competenze", ha commentato **Astrid Stange**, chief operating officer del gruppo, intervistata da Carbone.

L'assicuratore francese collabora ormai da tempo con diverse start up, in particolare sull'IoT, ma non solo. La sfida principale, secondo Stange, è la gestione dei dati, in ogni fase della catena del valore: "i dati non sono una novità per il settore – ha spiegato – ma tra possibilità di accesso e gestione della quantità c'è una bella differenza. Oggi il problema non è raccogliere più informazioni, ma identificare quelle utili. Rendere i dati disponibili, selezionarli, ordinarli è la nostra grande sfida, e abbiamo creato un'equipe dedicata solo a quello. Ora abbiamo una nuova prospettiva per sviluppare i dati, per usarli a favore dell'esperienza dei clienti ma anche per proteggerli e garantirne la sicurezza. L'obiettivo per noi non cambia – ha concluso – il concetto di protezione resta al primo posto".

I dati rappresentano una scommessa che il settore deve vincere, ma non basterà. Al centro del problema dell'assicurazione di domani (e forse già quella di oggi) è l'esperienza dei clienti. Qualcosa, è chiaro, non funziona più.

IL TEMPO E LE OPPORTUNITÀ

Molte start up intervenute all'evento puntano proprio su questo, rivoluzionare il viaggio del consumatore. Ognuna lo fa puntando su strategie diverse. Chi vede l'assicurazione del futuro come un servizio accessorio legato a un altro prodotto, e di cui il cliente quasi non si accorge; chi invece vuole che l'esperienza di scelta e acquisto sia coinvolgente e nuova; chi scommette sull'intelligenza artificiale, sulla fine dell'intermediario classico e la nascita di quello robotico.

"Questa è l'era del cliente – ha commentato **Paolo Menghi**, ceo dell'italiana **Neosurance** – e le tecnologie sono in grado di cogliere le specificità di ogni singolo consumatore: bisogna però connettere gli assicuratori tradizionali e la comunità digitale".

Ma forse, tra i tanti spunti (più o meno solidi) usciti dal dibattito con le start up, la verità profonda che fotografa il settore assicurativo in questo momento l'ha detta **David Vanek**, giovane ceo di **Anorak**, start up digitale nata nel 2017, che propone una piattaforma di profilazione dei clienti, dedicata a banche e compagnie, basata al 100% sull'intelligenza artificiale. "Il nostro nemico numero uno – ha spiegato – è il tempo: siamo tutte start up e quindi abbiamo poco tempo perché abbiamo pochi soldi ma purtroppo ci confrontiamo con un'industry lenta, che impiega mesi a prendere una decisione. Dobbiamo sempre cercare di essere efficaci: siamo piccoli – ha concluso – ma tocca a noi essere l'acceleratore di un settore grande".



Da sinistra: Matteo Carbone, fondatore dell'Osservatorio sulla connected insurance; Jochem Davids, ceo di InsureApp; David Vanek, ceo di Anorak

MERCATO

Viasat acquista la francese Locster

Il gruppo italiano espande così la propria presenza in un'importante area geografica

Il gruppo italiano **Viasat** ha acquistato il 51% della società francese **Locster**, player specializzato in soluzioni software rivolte al mercato del fleet management. Il telematics service provider transalpino conta circa 4.000 clienti e 25mila veicoli connessi.

Viasat Group, tra i principali player europei nei sistemi satellitari automotive, integrati alle tecnologie telematiche e IoT, allarga così la propria presenza in una delle aree geografiche di maggiore sensibilità ai sistemi tecnologici finalizzati alla gestione di flotte di autoveicoli (autovetture, mezzi leggeri o pesanti per il trasporto merci, mezzi agricoli e da cantiere).

“Con questa nuova operazione – spiega il presidente di Viasat, **Domenico Petrone** – la diciottesima da quando si è avviata una propria specifica strategia di crescita per acquisizioni in contemporaneità a quella commerciale, il gruppo si conferma come il principale operatore telematico indipendente a livello europeo, grazie alla sua presenza diretta in Italia, Spagna, Portogallo, Romania, Bulgaria, Polonia, Belgio, Regno Unito e Francia (oltre che in Chile e Argentina), e alla sua rete di distributori a copertura dei restanti Paesi in Europa, oltre che di numerose altre aree geografiche tra Africa, Medio Oriente e America Latina, ove sono attive le oltre 650mila connessioni telematiche dal gruppo. Viasat rientra tra le prime dieci aziende al mondo, per numero di connessioni telematiche, ricavi e numero di dipendenti”. Il ceo di Locster, **Stéphane Puis**, sottolinea che “entrare ora a far parte della famiglia Viasat segna un traguardo molto significativo nella nostra storia. Considerando il mercato della telematica globale altamente dinamico e frammentato, confidiamo che questa collaborazione possa aumentare la competitività e creare numerose opportunità di business non solo in Francia, ma in tutta Europa”.

B. M.

IVASS

Uniqua non è Uniqa

L'autorità di vigilanza mette in guardia da una truffa che sfrutta l'assonanza con il nome della nota compagnia di Reale Group

Ogni settimana l'Ivass segnala l'esistenza di intermediari fantasma non riconducibili ad alcuna iscrizione al Rui. Falsari che spesso si nascono dietro al nome di noti brand assicurativi, modificando una o due lettere del nome per trarre in inganno i consumatori. È questo il caso della più recente segnalazione riferita dall'Autorità, quella riguardante www.uniquassicurazioni.com, sito che evidentemente punta a spacciarsi per **Uniqa Assicurazioni**, compagnia italiana di origine austriaca di cui è proprietaria **Reale Group**. La segnalazione dell'Ivass riguarda la promozione di polizze Rc auto, “anche aventi durata temporanea”, per il tramite del sito sopra citato, i cui contenuti sono risultati i medesimi del sito www.uniquastudio.it (oggi off-line), già oggetto di comunicato stampa diramato dall'Autorità lo scorso 12 dicembre 2017.

“Poiché il suddetto sito non è riconducibile ad alcun intermediario iscritto nel Registro unico degli intermediari – scrive l'Ivass – l'attività di intermediazione assicurativa svolta attraverso esso è irregolare e, conseguentemente, l'Ivass ne ha chiesto l'oscuramento alle autorità competenti”.

Come sempre, l'Istituto di vigilanza sulle assicurazioni raccomanda di adottare le opportune cautele nella sottoscrizione tramite internet di contratti assicurativi, soprattutto se di durata temporanea, verificando, prima della sottoscrizione dei contratti, che gli stessi siano emessi da imprese e tramite intermediari regolarmente autorizzati allo svolgimento dell'attività assicurativa e di intermediazione assicurativa, tramite la consultazione sul sito www.ivass.it.



B. M.

You
Tube



INSURANCE CONNECT su YOU TUBE

Seguici cliccando qui



Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancereview.it

Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

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 1 febbraio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577