



PRIMO PIANO

## L'Rc auto, dice addio alla carta

Un altro tassello della riforma del settore Rc auto va in porto. È stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il decreto del ministero dello Sviluppo economico con cui si dà il via alla dematerializzazione dell'attuale contrassegno cartaceo. Il decreto entrerà in vigore dal prossimo 18 ottobre, e prevede la scomparsa dei tagliandi cartacei entro i prossimi due anni a decorrere dal mese in corso.

Il Mise, in una nota, sottolinea come, con questa scelta, si potranno "ridurre le frodi, contrastare la contraffazione dei contrassegni cartacei e l'evasione dell'obbligo assicurativo, tramite la sostituzione dei contrassegni attuali con controlli incrociati telematici tra le banche dati delle targhe dei veicoli e quelle delle polizze". Il ministero, inoltre, precisa che "al contrario di quanto erroneamente indicato in alcuni articoli di stampa, il contrassegno non sarà sostituito da alcun microchip. L'individuazione delle autovetture prive di assicurazione - spiega il Mise - potrà essere effettuata dagli agenti delle autorità competenti, semplicemente interrogando, in occasione dei normali controlli, la nuova banca dati integrata"

**Beniamino Musto**

TECNOLOGIE - UK

## Big data per il settore assicurativo: il data enrichment nel Regno Unito

Questi sistemi hanno cambiato il pricing e portato la risk selection a un nuovo livello: lo racconta in questa intervista John Hooper, presidente esecutivo di Insurance Initiatives

Nel Regno Unito i broker e gli assicuratori stanno fronteggiando le sfide create dalle frodi e dal rischio che i clienti forniscano dati non corretti al momento della quotazione del rischio. Questo fenomeno sta diventando rilevante per tutti i canali di vendita, ivi compreso il canale internet.

Ottenere informazioni corrette al momento della quotazione del rischio è essenziale per prezzare il rischio in modo corretto e determina la redditività del business assicurativo.

L'attività di validazione e arricchimento dei dati forniti dai clienti (*data enrichment*) utilizza informazioni provenienti da terze fonti sul rischio e sul futuro assicurato per validare quelle fornite dal cliente al momento della preventivazione e per integrarle con ulteriori elementi utili a valutare meglio il rischio che si sta assumendo.

Nel Regno Unito, per molti anni questa attività non è stata tecnicamente fattibile o risultava troppo onerosa per il canale broker (che rappresenta il 40% della raccolta premi lorda), il che creava un significativo vantaggio competitivo a favore del canale diretto.

**John Hooper**, presidente esecutivo di **Insurance Initiatives**, spiega in cosa consiste il data enrichment e perché è così importante per il settore assicurativo inglese.

Insurance Initiatives ([www.insuranceinitiatives.co.uk](http://www.insuranceinitiatives.co.uk)) gestisce un *hub* di arricchimento, validazione e distribuzione dei dati che è in grado di arricchire i preventivi generati dai comparatori, dalle software house per broker e dai broker stessi (sui loro sistemi proprietari).

**Dott. Hooper, innanzitutto come è nata l'idea di business e come si è trovato a far parte di Insurance Initiatives?**

L'idea di business è nata da Peter Lacey, Simon Jones and Mark Crane. Questi tre *founder* erano colleghi di lavoro ad Experian, un *credit bureau*. Avendo vissuto in prima persona l'impatto che i credit bureau avevano avuto sul settore bancario, i founder hanno avuto l'idea di portare questo modello di business nel settore assicurativo (ovviamente con i dovuti riadattamenti).

Io, invece, ho svolto tutta la mia carriera nel settore del brokeraggio assicurativo, dove gestisco e possiedo quote in diverse società tra le quali Coversure, un broker con 98 uffici nel Regno Unito e circa 90 milioni di sterline di premi intermediati, e Policyfast, un broker grossista, i cui prodotti e servizi sono usati da oltre 2400 broker dettaglianti, principalmente nelle *commercial lines*. Poiché dispongo di un'ampia rete di contatti nel settore, mi è stato chiesto di diventare presidente esecutivo della start up per supportarne e sponsorizzarne lo sviluppo commerciale.

Il primo prodotto che abbiamo realizzato è stato l'accesso on line realtime a *Cue* (*Claims underwriting exchange*), il database sinistri consortile del settore assicurativo, che contiene la storia di tutti i sinistri dei clienti inglesi (e i cui dati sono di proprietà delle assicurazioni inglesi).

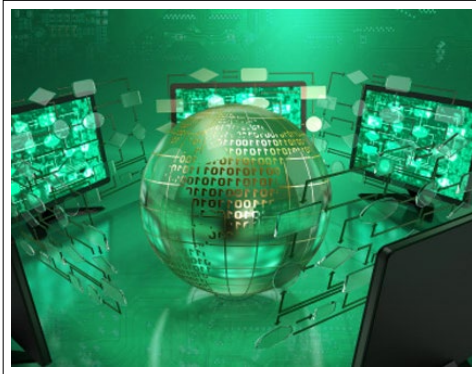
(continua a pag.2)



John Hooper, presidente esecutivo di Insurance Initiatives



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



(continua da pag. 1)

Prima del nostro progetto, Cue era principalmente utilizzato al momento del sinistro e l'accesso avveniva in modo manuale, mentre non era utilizzato a fini assuntivi (anche a causa di un sistema di pricing che lo rendeva antieconomico a tali fini). A noi (e altri quattro *data provider* inglesi) è stato fornito accesso non esclusivo a Cue. Abbiamo subito cambiato il modello di pricing e l'infrastruttura di *delivery* dei dati: adesso Cue è utilizzato nella preventivazione (milioni di preventivi) e nel pricing di rischi personal and commercial lines. Naturalmente Cue è stato solo il primo passo.

### Quali altri fonti utilizzate per l'arricchimento? Da dove vengono questi dati?

Visto che avevamo costruito l'infrastruttura per consentire alle assicurazioni e ai broker di accedere a Cue in modalità on line realtime, abbiamo pensato di aumentare in modo progressivo la tipologia e la quantità di informazioni che potevamo fornire in tale modalità. Tenga conto che il nostro tempo medio di risposta è di 0,2 secondi.

Attualmente i principali dati che siamo in grado di offrire tramite la nostra piattaforma (in aggiunta al database sinistri Cue) sono: credit bureaux (Call Credit, Experian), dati sul veicolo (CdI, Hpi), dati sul rischio immobiliare a livello di indirizzo completo (Business Insight), antifrode (Synetics), identità del potenziale cliente e verifica dell'indirizzo di residenza (Gb Group), identità dell'impresa e verifica dell'indirizzo (Graydons), ottimizzazione di prezzo (Earnix, Towers Watson). Abbiamo costruito anche dei modelli di *forecasting*, che utilizzano questi dati e li ottimizzano tra di loro, e li forniamo ai nostri clienti assicurativi di modo che possano calibrarli e utilizzarli.

Questi dati provengono da diverse fonti: alcune sono del Governo o dei Council (*ndr*: simili ai nostri comuni), come ad esempio, la verifica dell'indirizzo dal registro elettorale gestito dai Council, altri vengono dai credit bureaux e sono forniti da banche, *utilities* e società di telecomunicazioni su base mensile.



Il nostro team di specialisti, costituito da 45 collaboratori, lavora quotidianamente per renderli accessibili e disponibili in tempo reale ai nostri clienti assicurativi. Per questo motivo il team è composto da esperti in gestione ed analisi dei dati, modellizzazione analitica, system integration e gestione dell'infrastruttura IT. Alcune delle basi dati sono residenti sui nostri sistemi e sono aggiornate periodicamente, mentre la maggior parte viene acquisita in tempo reale da alcune delle fonti menzionate sopra.

### Che cos'è il data enrichment? Perché è così importante?

Il data enrichment è il termine generale che si riferisce alla possibilità di validare le informazioni fornite dai clienti (al momento della preventivazione e, anche in fasi successive, per tutta la vita della polizza) e di integrarle con informazioni aggiuntive sul cliente e sul rischio, le quali provengono da fonti pubbliche e private.

Tutte queste informazioni sono state raccolte e sono disponibili già da molti anni, tuttavia non erano utilizzate in grandi volumi, visto che non erano di facile accesso e consultazione (e di solito non disponibili in modalità on Bline realtime).

(continua a pag. 3)

**Il Sole 24 ORE**

www.formazione.ilssole24ore.com/assicurazioni2013

## 15° ANNUAL ASSICURAZIONI

CRESCITA E INNOVAZIONE DELL'IMPRESA ASSICURATIVA NEL MERCATO GLOBALE

MILANO, 22 E 23 OTTOBRE 2013 - SEDE GRUPPO 24 ORE

**24 ORE ANNUAL EVENTI**

Sigui il Sole 24 ORE Formazione su [Eventi](#) [f](#) [t](#) [in](#)

**PRESENTAZIONE**

La quindicesima edizione dell'Annual Assicurazioni, appuntamento di riferimento per il mercato assicurativo, sarà l'occasione per delineare i nuovi contorni degli assetti assicurativi del mercato globale. Alcuni tra i più rappresentativi esponenti del mondo assicurativo e finanziario italiano ed internazionale si confronteranno inoltre sulle future strategie della distribuzione dei prodotti assicurativi, sui possibili canali alternativi e sulla loro efficacia sul settore del welfare e le ricadute in termini di mercato sul settore.

**INTERVENGONO**

<p><b>Silvano Andriani</b> Presidente AXA Assicurazioni Presidente Forum ANIA Consumatori</p> <p><b>Camillo Candia</b> Country CEO Zurich Italia</p>	<p><b>Settimio Catalisano</b> Coordinatore Commissione R.C. Organismo Unitario Avvocatura Italiana</p> <p><b>Sergio Costello</b> Presidente Assoprevvidenza AlVIA</p> <p><b>Alberto Corinti</b> Executive Board IMASS</p>	<p><b>Davide Corradi</b> Partner &amp; Managing Director The Boston Consulting Group</p> <p><b>Patrick Dineout*</b> Amministratore Delegato AlVIA</p> <p><b>Laura Galvagni</b> Giornalista Il Sole 24 ORE</p>	<p><b>Alessandra Gambini</b> Director and Leader RICS Italy Towers Watson</p> <p><b>Alberto Grassani</b> Giornalista Il Sole 24 ORE</p> <p><b>Wolfgang Hoffman</b> EMEA Life Sales &amp; Practice Leader Towers Watson*</p>	<p><b>Roberto Manzo</b> Direttore Centrale vita, danni e servizi ANIA</p> <p><b>Alberto Maria Marzi</b> Presidente UBI Assicurazioni</p>	<p><b>Giovan Battista Mazzucchelli</b> Amministratore Delegato Cattolica Assicurazione</p> <p><b>Andrea Mencattini</b> Amministratore Delegato e Direttore Generale Alleanza Toro</p>	<p><b>Aldo Minucci</b> Presidente ANIA</p> <p><b> Davide Passero</b> Amministratore Delegato e Direttore Generale Generali</p> <p><b>Alessandro Plateroti</b> Vicedirettore Il Sole 24 ORE</p>	<p><b>Alessandro Santoliquido</b> Direttore Generale Sara Assicurazioni</p> <p><b>George Sartore</b> Amministratore Delegato Allianz</p> <p><b>Francesco Sgobio</b> Senior Consultant Towers Watson Italia</p>	<p><b>Maurizio Taglietti</b> General Manager MetLife</p> <p><b>Vittorio Verdone</b> Direttore Centrale Auto, Distribuzione e Consumatori ANIA</p> <p><small>* È prevista l'introduzione estraneità</small></p>
--	---	---	---	--	---	--	--	--

IN COLLABORAZIONE CON

CON IL PATROCINIO DI

SPONSOR

EXHIBITOR

MEDIA PARTNER

CON IL CONTRIBUTO DI

Consulta le offerte disponibili online. Per informazioni su programma, relatori e iscrizioni: [www.formazione.ilssole24ore.com/assicurazioni2013](http://www.formazione.ilssole24ore.com/assicurazioni2013)

Sigui il Sole 24 ORE Formazione su [Eventi](#) [f](#) [t](#) [in](#)

Servizio Clienti  
Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7004.8601  
info@formazione.ilssole24ore.com

**GRUPPO 24 ORE**

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi  
Milano - via Monte Rosa, 91 / Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c  
ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2008



(continua da pag.2) Il data enrichment rende questi dati di facile utilizzo anche per elevati volumi di transazioni e pertanto ha cambiato le regole del gioco del processo assuntivo del mercato inglese.

### Qual è l'impatto del data enrichment sul processo assuntivo?

Al termine dell'immissione dei dati di preventivazione (che viene svolta direttamente dal cliente o dall'intermediario, di solito un broker nel Regno Unito), le risposte fornite sono validate e completate attraverso il data enrichment, il che consente di utilizzarle nella quotazione del rischio e nel pricing da applicare. Il processo di data enrichment deve essere molto rapido, visto che i clienti e/o gli intermediari non possono attendere a lungo prima di ottenere il prezzo della copertura, per questo l'enrichment avviene in genere in meno di un secondo. Questo è il livello di servizio che si aspettano i nostri clienti.

### Qual è l'impatto del data enrichment sulla qualità dei rischi assunti?

Il data enrichment è considerato essenziale nel settore assicurativo danni del Regno Unito e in particolare nel ramo auto, per il quale è quasi impossibile assumere rischi redditizi senza utilizzare il data enrichment. Anche laddove l'enrichment contribuisce con alcuni fattori al rating complessivo del rischio, le modalità con cui questi fattori sono applicati varia da assicuratore ad assicuratore, il che consente di evitare problemi di antitrust e di salvaguardare le competenze e conoscenze assuntive specifiche di ciascun assicuratore.

### Pensate di espandere i vostri servizi di data enrichment all'estero?

Stiamo pensando di espanderci all'estero. Finora siamo stati prevalentemente reattivi su questo fronte: siamo più volte stati contattati da associazioni di categoria (di assicuratori, di riassicuratori, di broker) estere la cui priorità era quella di prevenzione delle frodi a livello assuntivo, più che quella di ottimizzare il pricing.

**Carlo Palmieri,**  
managing director Cp Consulting



NORMATIVA

## Antiriciclaggio, nuove tendenze dall'Europa

Si è tenuto lo scorso 2 ottobre un incontro di approfondimento dal titolo "Antiriciclaggio: la nuova regolamentazione Ivass", organizzato dallo studio Jenny & Partners. Ecco una sintesi di quanto emerso dal confronto sulle novità in materia di monitoraggio fiscale e sugli obblighi di dichiarazione degli investimenti e attività finanziarie all'estero nel quadro Rw del Modello Unico



Come noto, l'iter di riesame della proposta della **quarta Direttiva** in materia di lotta e prevenzione dell'uso del sistema finanziario a scopo di riciclaggio dei proventi di attività criminose e di finanziamento del terrorismo, si è concluso il 5 febbraio 2013 con l'approvazione della **Commissione europea**.

La proposta, che dovrà essere adottata dal **Parlamento europeo** e dal Consiglio dei Ministri, tiene conto delle più recenti raccomandazioni del Gafi (l'organismo internazionale per la lotta contro il riciclaggio) e si affianca a un nuovo Regolamento riguardante i dati informativi che accompagnano i trasferimenti di fondi al fine di garantirne la tracciabilità e a una più ampia proposta di armonizzazione del diritto penale per quanto concerne il reato di riciclaggio.

### L'attuazione del principio di proporzionalità

Ciò che immediatamente traspare dalla lettura della quarta Direttiva in bozza è il nuovo approccio seguito dal Legislatore europeo per garantire una efficace ed effettiva attuazione del principio di proporzionalità, in base al quale i soggetti destinatari possono graduare l'intensità e l'estensione degli obblighi di adeguata verifica della clientela secondo il grado di rischio di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo (c.d. approccio basato sul rischio), in coerenza con la natura, le dimensioni, l'articolazione organizzativa e la forma giuridica dell'attività svolta.

In un percorso di forte responsabilizzazione dei soggetti destinatari degli obblighi previsti dalla direttiva, la Commissione ha rilevato infatti come le attualmente vigenti disposizioni in materia di obblighi semplificati di adeguata verifica si siano rivelate eccessivamente permissive, con la completa esenzione di alcune categorie di clienti od operazioni dagli obblighi di adeguata verifica.

(continua a pag.4)



(continua da pag.3)

Per questo motivo, la direttiva riveduta mira a inasprire le norme sull'obbligo semplificato di adeguata verifica, senza consentire specifiche e aprioristiche esenzioni ma, al contrario, trasferendo le decisioni (e dunque la responsabilità) sui

casi e le modalità di applicazione dell'obbligo semplificato di adeguata verifica sui soggetti destinatari. Spetterà dunque a questi ultimi giustificare le scelte di esenzione sulla base del rischio concreto e specifico legato a una determinata fattispecie, mentre la Direttiva si limita a fissare i requisiti minimi dei fattori da prendere in considerazione nel processo di valutazione.

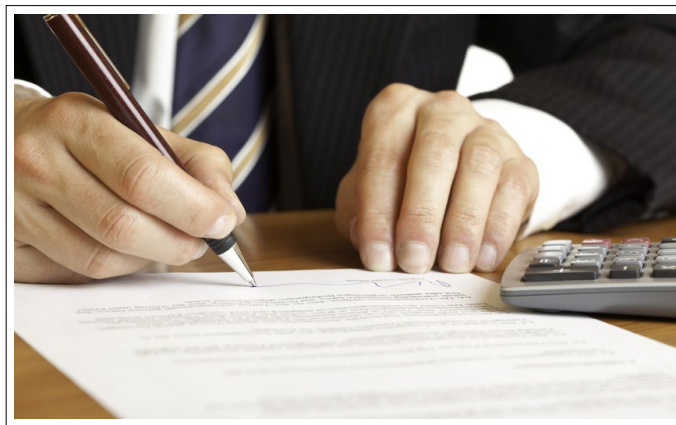
### Verso un più ampio concetto di responsabilità

Seppur la quarta Direttiva non sia ancora stata adottata né, dunque, attuata, i primi segni di questo nuovo orientamento già si colgono nel **nuovo schema di Regolamento Ivass** del 6 giugno 2013 in materia di obblighi di adeguata verifica della clientela e di registrazione, anch'esso in bozza.

Agli operatori viene richiesto uno sforzo che può quasi definirsi di metamorfosi culturale: il rispetto di regole astratte richiede infatti un approccio di responsabilità diversa, con una visione dell'individuo come parte di un sistema più ampio.

Sarà interessante dunque, nei prossimi mesi, monitorare le conseguenze e gli sviluppi (anche di impatto) che le nuove regole, quando di definitiva emanazione, avranno sulle procedure interne delle imprese di assicurazione e degli intermediari, e negli accordi tra gli stessi.

**Avv. Ab. Silvia Colombo,**  
Studio legale Jenny & Partners



## MARKETING & VENDITE

# Dall'ascolto al valore per il cliente

Al convegno di Insurance Connect del 3 ottobre scorso, l'amministratore delegato di **Dual Italia, Maurizio Ghiloso**, ha parlato di *Crisi come Opportunità*. Finalmente qualcuno che vede in questo momento di forte crisi una grossa opportunità di business. Certo bisogna sapere da dove partire, bisogna capire che è inutile continuare a discutere, nel mondo degli intermediari, su chi ha diritto a cosa, e



cominciare invece a tornare a fare il nostro mestiere. Sempre al convegno, il direttore generale di **Unipol, Franco Ellena**, ha chiuso la tavola rotonda affermando che a distanza di 40 anni da quando ha cominciato a lavorare in Sai, l'Italia è ancora un Paese sottoassicurato. **Maria Luisa Cavina**, responsabile del servizio vigilanza intermediari e periti dell'Ivass, ha usato la parola *Fiducia*, mentre **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa**, ha ribadito il ruolo sociale degli intermediari.

Non cito gli altri partecipanti al convegno per ragioni di spazio. Ma il punto è questo: è giunta l'ora di cominciare a tornare a essere, noi intermediari, il fattore differenziante nella vita di coloro che si rivolgono alle assicurazioni.

Cuore e pancia, sono gli ingredienti per poter **costruire una relazione di valore**. In 5 parole c'è tutta l'essenza dell'essere assicuratori.

**Costruire** = ideare ed eseguire

**Relazione** = rapporto che intercorre tra due o più individui

**Valore** = l'insieme degli elementi e delle qualità morali e intellettuali che sono generalmente considerati il fondamento positivo della vita umana e della società (ideali, principi morali, tradizioni ecc.)

Ma basta? No, non basta. Bisogna aggiungere un pizzico di professionalità, competenza, empatia quanto basta. E tanta, tanta disponibilità ad ascoltare il *nostro cliente*. Sì, perché il cliente è di chi lo soddisfa. Il cliente resta per sempre di quell'intermediario che lo segue e gli risolve i problemi. Non importa se è un broker o un agente. L'importante è, appunto, che sappia costruire una relazione di valore.

Spero solo che chi ha partecipato al convegno abbia portato con sé questa *chicca di saggezza assicurativa*.

**Leonardo Alberti,**  
trainer scuola di Palo Alto,  
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,  
docente vendite e management

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 7 ottobre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012