

PRIMO PIANO

Problemi con il bonus familiare

Ivass ha ricevuto numerose segnalazioni da parte di clienti assicurativi che lamentano la mancata applicazione del cosiddetto bonus familiare nell'Rc auto a veicoli di diversa categoria in assenza di attestato con cinque anni senza sinistri. È un problema interpretativo della profondità dell'attestato di rischio in relazione a una delle norme più contestate dal settore assicurativo. "L'Istituto – si legge in un avviso pubblicato da Ivass –, che segue da tempo con attenzione l'applicazione della norma da parte delle imprese di assicurazione", ritiene che "una lettura della norma coerente con le finalità di tutela dei consumatori suggerirebbe di riconoscere il beneficio (il bonus familiare, ndr) anche in presenza di un attestato relativo alla storia assicurativa del veicolo beneficiario che risalga a meno di cinque anni, purché in assenza di sinistri. Tuttavia – continua Ivass – il tenore letterale della disposizione non consente a questo Istituto di richiedere, nell'esercizio delle funzioni di vigilanza e di tutela, un'applicazione conforme alla prospettata lettura".

Detto ciò, l'Autorità auspica un'applicazione della norma "in senso più favorevole al consumatore", ma ricorda anche che, non potendo "sostituirsi al legislatore fornendo interpretazioni autentiche" ha sollecitato un intervento presso le diverse sedi istituzionali.

F.A.

RICERCHE

La quinta generazione della digitalizzazione

In un nuovo report, gli analisti di Munich Re sono convinti che l'Augmented automated underwriting (Aau) sia una delle tecnologie che rivoluzioneranno l'esperienza del cliente nel settore assicurativo, accompagnando le compagnie in una nuova dimensione dell'offerta

Il ramo vita, per molti versi, è come qualsiasi altra attività di business. Il successo dipende in gran parte da processi efficienti, clienti soddisfatti e margini di profitto sostenibili. Tuttavia, ci sono importanti particolarità: l'esperienza del cliente è intrinsecamente problematica, il processo di onboarding è complesso e può coinvolgere molte parti indipendenti, rendendo difficile una progettazione efficiente.

Nel tempo sono stati introdotti gradi di automazione per affrontare in vari modi alcuni di questi problemi, senza tuttavia cambiare i fondamentali in modo significativo: ora, però, le cose stanno cambiando.

Ne sono convinti gli analisti di **Munich Re Automation Solutions**, che hanno curato un recente report sull'*Augmented automated underwriting (Aau)*, una tecnologia che promette di rivoluzionare l'esperienza del cliente assicurativo.

Attualmente, le assicurazioni vita esistono in un mondo in cui le aspettative dei clienti sono state trasformate dalla tecnologia sia nelle loro vite personali, sia in quelle professionali. La convenienza e la rapidità hanno un valore superiore e collocano le prassi tradizionali dell'assicurazione nel passato. Attrarre, coinvolgere e fidelizzare i clienti durante l'intero processo sta diventando sempre più impegnativo, con i margini sempre più a rischio.

UN'ESPERIENZA DIVERSA

Ma cosa s'intende per sottoscrizione automatizzata aumentata (Augmented automated underwriting)? Il report la descrive come quella serie di pratiche di sottoscrizione in cui si utilizza un alto livello di intelligenza artificiale, incluse le cosiddette "sottoscrizione accelerata" o "sottoscrizione predittiva".

Gli analisti si chiedono in che modo la Aau potrà integrarsi con le implementazioni tecnologiche future, come advanced analytics, modelli predittivi e machine learning stanno cambiando i processi di sottoscrizione e trasformando l'esperienza del cliente, e infine se la Aau è la "destinazione inevitabile per la sottoscrizione dell'assicurazioni vita".

L'obiettivo di Aau è rivoluzionare l'esperienza del cliente, quella di una generazione di consumatori esperta nella ricerca, nell'acquisto e nella valutazione di prodotti online, che è entrata nel mercato delle assicurazioni, ma si trova ad affrontare un'esperienza di acquisto che non è in linea con le aspettative dei nativi digitali.

TUTTE LE POTENZIALITÀ DELLA AI

Secondo Munich Re, l'Augmented automated underwriting fornisce la risposta a due delle maggiori issue delle compagnie vita nel mercato, soddisfacendo da un lato le aspettative di una base di clienti sempre più esperti di tecnologia e dall'altro riducendo i costi del coinvolgimento. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Coloro che si adatteranno saranno in grado di sfruttare le potenzialità dell'intelligenza artificiale per sbloccare il maggiore valore non solo nell'uso degli advanced analytics, ma anche nei confronti di un elenco in continua crescita di fonti di dati.

Gli analisti di Munich Re Automation Solutions descrivono la Aau come la quinta generazione dell'evoluzione digitale nel campo della sottoscrizione e dell'offerta di prodotto, attraverso tre componenti: tecnologia, analytics e competenza assicurativa.

UN PERCORSO DI PARTNERSHIP

Sebbene la maggior parte delle compagnie si trovi adesso tra la prima e la terza generazione della digitalizzazione, le capacità di Augmented automated underwriting possono essere integrate nei processi di sottoscrizione già esistenti. Questa tecnologia, ne sono certi in Munich Re, consente di reinventare l'esperienza del cliente nel mercato delle assicurazioni vita, rispettando al contempo tutte le normative nazionali e regionali sul trattamento dei dati. La sottoscrizione automatizzata aumentata consentirà una maggiore precisione di sottoscrizione, minimizzerà le truffe e ridurrà i picchi di rischio.

Se è vero che uno dei principali vantaggi della Aau è che può essere integrato nei sistemi esistenti, si tratta comunque di un percorso complesso, da fare in partnership con altri attori del mondo della tecnologia: le imprese dovranno selezionare il partner giusto per garantire il successo dell'implementazione di queste applicazioni.

FIDUCIA NELLE ROAD MAP DIGITALI

L'Augmented automated underwriting stimola anche domande che le singole imprese, i sottoscrittori e i regolatori dovranno affrontare. Fortunatamente, dicono da Munich Re, alcune risposte potrebbero rivelarsi meno difficili da trovare giacché molte delle sfide associate all'Aau sono già state affrontate nelle precedenti fasi evolutive della digitalizzazione.

In definitiva, se gli assicuratori desiderano garantire la sostenibilità e la redditività a lungo termine dei loro asset devono avere fiducia nelle roadmap digitali che hanno sviluppato loro stessi, cosa che non sempre accade. Il successo dell'adozione della Aau faciliterà l'incorporazione di un'intelligenza artificiale sempre più sofisticata e "veramente intelligente" in grado di sbloccare maggiore valore per l'impresa.

Fabrizio Aurilia

**LEGGE
FINANZIARIA 2021**

**BONUS
PUBBLICITÀ
50%**



**PUOI RECUPERARE IL 50%
DEGLI INVESTIMENTI
PUBBLICITARI SU TUTTI
I NOSTRI STRUMENTI**

**PER INFORMAZIONI
CLICCA QUI**

COMPAGNIE

New health journey: la nuova strategia di Bnp Paribas Cardif

La polizza Unica Bnl si arricchisce per coniugare prevenzione, cura, assistenza e digitalizzazione, in un momento in cui i servizi un tempo percepiti come ancillari diventano i nuovi bisogni di protezione

Al via la nuova strategia *New health journey* di **Bnp Paribas Cardif**, che mira a consolidare la posizione della compagnia sui temi di salute e prevenzione per i clienti e i loro familiari. La strategia vuole coniugare prevenzione, cura, assistenza e digitalizzazione: è "l'evoluzione di un percorso iniziato nel 2018 che si rinnova per andare incontro ai nuovi bisogni di salute delle persone", si legge nella nota di presentazione diffusa da Bnp Paribas Cardif.

Al centro dell'iniziativa, la polizza *Unica Bnl*, la soluzione modulare realizzata in sinergia con **Bnl**, che mette a disposizione quattro aree socio-sanitarie di intervento. Con il pacchetto *Assistenza medico-sanitaria* sarà possibile ottenere una visita medica a domicilio, ricevere farmaci a casa, assistenza per minori e familiari, monitorare il ricovero ospedaliero. L'assistenza domiciliare post-ricovero è invece al centro dell'area *Temporary Medical Care*, mentre con *Personal Care* sarà possibile sia ricevere un "supporto qualificato a casa", anche a seguito di un intervento chirurgico, sia un servizio di spesa a domicilio. Per le persone con invalidità permanente, invece, è prevista la copertura per le spese di adattamento della casa e dell'auto. In più, con l'area *Family Care*, la polizza prevede la possibilità di richiedere una visita pediatrica a domicilio, il servizio di baby-sitting e l'accompagnamento dei figli a scuola in caso di ricovero.

La app dedicata si rinnova e dà la possibilità di effettuare una video-consulenza medica e gestire i propri dati sanitari "in modo sicuro all'interno del *Libretto sanitario digitale*, che potrà essere anche condiviso con il medico in sede di visita", dicono da Cardif.

"Nel settore assicurativo – ha spiegato **Isabella Fumagalli**, head of territory for insurance in Italy di Bnp Paribas Cardif – si sta assistendo a un cambio di prospettiva, complice anche la pandemia che ha trasformato in bisogno ciò che prima sembrava un plus: così un consulto medico a distanza o visualizzare in un'app la propria cartella clinica diventano oggi necessari e nel contempo distintivi, non più un'opzione. La creazione di ecosistemi salute, iniziata nel 2018 in collaborazione con le tech company, ci ha consentito di dare un focus maggiore proprio a questa componente di servizio, anche digitale, e di incentivare i comportamenti preventivi facilitando l'accesso ai prodotti e alle cure".

F.A.

AGENTI

La nuova app dell'Unione agenti Axa

Avrà un'area riservata dove saranno riportati documenti e comunicazioni, e darà la possibilità di contattare le strutture dell'associazione e visualizzare le convenzioni



L'**Unione agenti Axa** (Uaa) ha lanciato una propria app che permetterà a tutti gli associati di accedere ai servizi dell'associazione in ogni momento dal proprio device mobile. Realizzato dalla società **Unoone**, parte di **Softlab Group**, il progetto della nuova app è stato curato da **Giuseppe Crespi** e **Claudia Apolloni**, membri della giunta dell'associazione.

Nello specifico, la nuova app offre agli associati la possibilità di consultare le ultime notizie e gli eventi in programma, contattare velocemente le strutture del gruppo agenti e visualizzare le convenzioni attive. L'attivazione di un apposito canale per le segnalazioni, inoltre, dà a tutti gli associati la possibilità di inoltrare messaggi ai gruppi di lavoro, membri e responsabili di commissione, per un contatto diretto e specifico.

La app è dotata del sistema di notifiche push, per invitare i destinatari alla lettura delle ultime novità. È inoltre presente un'area riservata a cui ciascun associato, con proprie credenziali, potrà accedere: in questa sezione sono riportati documenti e comunicazioni riservati dell'associazione che ogni agente Uaa avrà la possibilità di consultare.

"Con questa iniziativa – ha spiegato il presidente dell'Uaa, **Gaspere Menduni** – abbiamo dato seguito a quanto previsto dal nostro mandato, ovvero di implementare la comunicazione con i nostri associati e permettere loro di seguire più da vicino le attività del gruppo. Questa app rappresenta una finestra sempre aperta sulla nostra associazione, per coinvolgere gli associati e invitarli alla partecipazione".

B.M.

COMPAGNIE

Amissima rafforza il dialogo con la rete

L'impresa ha lanciato due iniziative per offrire supporto e assistenza al canale distributivo



Amissima Assicurazioni rafforza il dialogo con la propria rete distributiva. Ieri è partita l'iniziativa **Service Plus RE 2021**, una serie di incontri virtuali e personalizzati per rispondere alle esigenze degli intermediari in materia di rami elementari. "Tutti i giorni saremo disponibili ad analizzare, valutare e quotare i rischi tramite incontri personalizzati in video chiamata", ha commentato **Ivan Frigerio**, direttore tecnico rami elementari di Amissima Assicurazioni.

È partita invece oggi, martedì 16 febbraio, l'iniziativa **Motor Open Dialog 2021**, un giro

d'Italia virtuale in cui **Oscar Foti**, direttore tecnico auto della compagnia, incontrerà gli agenti in una serie di appuntamenti regionali per intavolare una discussione costruttiva e uno scambio di informazioni a supporto della rete distributiva. "La direzione auto di Amissima continua a ritenere importante il contatto diretto con le persone che operano sul territorio. Questo roadshow, seppur virtuale, permetterà ancora una volta – ha commentato Foti – un confronto tra direzione e rete di vendita, con lo scopo di condividere situazioni e necessità locali delle aree incontrate".

Queste iniziative, organizzate insieme alla direzione commerciale e la direzione vendite, rientrano nel più ampio piano di prossimità inaugurato quattro anni fa dalla compagnia per dare supporto alla propria rete distributiva, ascoltarne i punti di vista e fornire nuovi spunti di business. "Il concetto di prossimità resta uno dei pilastri fondanti e fondamentali di Amissima", ha dichiarato **Riccardo Rizzetto**, direttore vendite del gruppo Amissima. "Crediamo fortemente che il potersi parlare virtualmente *de visu* offra ancora molti vantaggi, sia per una rapida intesa con le persone, sia per un'ottimizzazione di tempo nella risoluzione dei problemi operativi di tutti i giorni. A oggi – ha concluso – le adesioni e i riscontri sono davvero elevati".

Giacomo Corvi

FORMAZIONE

Welfare mix, un percorso universitario

Organizzato da **Itinerari Previdenziali** e **Uer Academy**, il corso Pfu si rivolge a tutti coloro che già lavorano o intendano intraprendere una carriera professionale nel settore

Itinerari Previdenziali e **Uer Academy** organizzano il primo corso professionalizzante di formazione universitaria (Pfu) valido per l'acquisizione dei requisiti di professionalità del dm Lavoro n. 108/2020 e ai fini del riconoscimento dei crediti **Ivass** per i distributori assicurativi. Il corso si rivolge a tutti coloro che già lavorano o intendano intraprendere una carriera professionale nel settore del **welfare mix** (fondi pensione e sanitari integrativi, compagnie di assicurazione e società di consulenza o servizio): laureati e non che mirano a sviluppare o incrementare formazione e competenze giuridiche, economico-finanziarie e gestionali negli ambiti previdenziale, assicurativo e dell'assistenza sanitaria.

Direttore del corso è il professor **Alberto Brambilla**, condirettori il professor **Javier Fiz Perez** e l'avvocato **Maurizio Hazan**. Il percorso formativo, della durata complessiva di 12 mesi, è strutturato in cinque moduli e comprende 300 ore totali, ripartite tra lezioni frontali (con sedi su Milano e Roma) e didattica a distanza. Il programma prevede: istituzioni ed economia della previdenza di base obbligatoria e della previdenza complementare (30 ore didattica frontale e 30 ore dad); l'assetto giuridico della previdenza complementare (60 ore dad); la gestione amministrativa e contabile e le vicende del fondo (60 ore dad); la gestione assicurativa, modelli attuariali e modalità di gestione delle attività e passività (60 ore didattica frontale); la **silver economy** e le altre forme di **welfare complementare** (60 ore didattica frontale). La data di avvio del corso è prevista per il 15 aprile 2021. Chiusura iscrizioni: 29 marzo 2021. Il costo è di 550 euro, ridotta a 400 euro in caso di due o più partecipanti dello stesso fondo o associazione. Le lezioni si terranno nelle giornate di mercoledì, giovedì e venerdì (full day). Per maggiori informazioni clicca qui.

B.M.

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