

## PRIMO PIANO

### Vent'anni di mancata trasparenza

L'operazione trasparenza che l'Inps lancerà dal prossimo 1° maggio cancellerà "il fatto gravissimo" di vent'anni in cui sulle pensioni, per mancanza di informazioni, "i contribuenti sono stati indotti a fare delle scelte sbagliate". A sottolinearlo, nel corso del Forum della Cassa nazionale di previdenza dei dottori commercialisti, è stato il presidente dell'Inps, Tito Boeri, secondo il quale, negli ultimi due decenni, si è assistito "a una sorta di ignavia di Stato: nell'arco di sei legislature - ha ricordato - da quando è stata varata la riforma Dini, con cui si è passati dal sistema di calcolo retributivo a quello contributivo, non si è voluto informare i cittadini del cambiamento". L'operazione in partenza da maggio ha lo scopo di comunicare "ai giovani e ai lavoratori dipendenti la propria condizione previdenziale attraverso la cosiddetta busta arancione": il primo obiettivo dell'Inps è offrire questa opportunità, entro quest'anno, a una platea di quasi 18 milioni di lavoratori. "Dal primo giugno ci dedicheremo ai 50-60enni", ha precisato Boeri, invitando coloro che intendono conoscere dettagli sull'estratto conto pensionistico ad accedere alle procedure on line avviate dall'Inps. Nel 2016 l'operazione riguarderà anche i lavoratori domestici e gli agricoli, per poi essere estesa ai dipendenti pubblici.

**Beniamino Musto**

## RICERCHE

### La trasformazione dell'economia è digitale

**Il reale cambiamento prende il nome di omnicanalità. Un percorso tracciato, anche per il settore assicurativo, dalle analisi contenute nell'Assintel Report 2014 sul mercato del software e servizi in Italia, realizzato da Nextvalue**



C'erano una volta gli sms, oggi praticamente *bypassati* dalle applicazioni di messaggistica istantanea con cui comunicare appoggiandosi alla rete. A partire dal più celebre *Whatsapp* e i suoi derivati. E cosa sta alla base della trasformazione digitale di un'economia? Il numero dei consumatori connessi on line. Ogni giorno quasi due miliardi di oggetti consumer e business sono connessi a internet. Un mercato

emergente, quello dell'*Internet of things* (Iot), che presenta numeri da capogiro, destinati a salire nei prossimi quattro anni. È quanto emerge dall'*Assintel Report 2014*, sul mercato del software e servizi in Italia. Nel prossimo quadriennio gli apparecchi connessi alla rete saranno addirittura 19 miliardi. E secondo le stime di *Mit Sloan* il traffico wireless generato supererà i 12 milioni di terabyte al mese. Intanto, diverse compagnie assicurative estere hanno già implementato sistemi Iot per tenere il monitoraggio delle auto, addebitando così il costo della polizza sulla base dell'effettivo numero di chilometri percorsi. In particolare, attraverso questi processi le organizzazioni hanno un'opportunità, non trascurabile, di poter mantenere la relazione pre e post vendita con i consumatori.

#### PROSPETTIVE POSITIVE PER L'ECOMMERCE IN ITALIA

In quali settori dell'e-commerce, oggi, le aziende investono i maggiori budget? L'elaborazione dei *Budget It 2014* rivela che ben il 21% degli investimenti It complessivi verrà destinato a progetti di innovazione, ossia rivolti al supporto dei programmi strategici delle imprese stesse. Dai questionari indirizzati a Cio e direttori It, quelli classificati come e-commerce vengono citati mediamente dal 23% dei responsabili, con picchi ragguardevoli del 49% da parte di coloro che operano nel segmento dei trasporti e della logistica, del 29% di quelli del commercio, e del 26% di quelli delle assicurazioni.

Attualmente, lo sviluppo dell'e-commerce in Italia ha prospettive positive.

*(continua a pag. 2)*



## INSURANCE CONNECT su LINKEDIN

Clicca qui  
per iscriverti al gruppo



Clicca qui  
per seguire la pagina

(continua da pag. 1)

Secondo quanto rilevato nel report, si stima che il valore medio degli ordini on line cresca del 13% su base annua.

Ma incrementi maggiori sono attesi anche con riferimento alla ripetitività degli stessi ordini in risposta a proposte di *cross selling* e di *up selling*. Tuttavia, in questa fase convulsa dello sviluppo dell'e-commerce nel Bel Paese, possono annidarsi anche alcune insidie e controindicazioni. Si teme, principalmente, che all'aumento degli strumenti e delle soluzioni a disposizione delle imprese produttrici, i loro distributori, grossisti e punti vendita, possano essere in qualche misura disintermediati. Da ciò deriva la necessità, per esempio, per gli store fisici, di evolvere e di modificare il loro assetto e approccio nel tentativo di intercettare al meglio l'esigenza dei consumatori.

## GLI INVESTIMENTI DEL SETTORE ASSICURATIVO

Tra i settori a maggiore sviluppo nell'e-commerce, come detto, figurano anche le assicurazioni. L'indagine mostra che l'innovazione It sarà guidata dalla "necessità del business di personalizzare i prodotti in offerta e proporre servizi innovativi e interessanti in modalità *omnicanales*". Nello specifico, le compagnie saranno chiamate a rivolgere i maggiori sforzi nello sviluppo a supporto della sicurezza dell'informazione, della mitigazione dei rischi e nella razionalizzazione delle infrastrutture e delle applicazioni nell'ambito della digitalizzazione dei processi. E quali sono i progetti di innovazione già previsti nel biennio 2014-2015 da parte del settore assicurativo? L'area di content management e digitalizzazione delle informazioni risulta preponderante con il 61%. Seguono business intelligence, analytics e big data con il 60%. A breve distanza, in termini percentuali si piazzano digital marketing, multicanalità e social media (58%). Percentuali non trascurabili, inoltre per il Crm (customer relationship management) che ha il 42% e l'*information security management* (39%). In particolare, sul fronte del budget It esterno, nel 2014 questo è stato stimato in 1.248 milioni di euro, equivalente al 6% del valore complessivo, con una crescita del 3,1%. Numeri che fotografano la destinazione delle spesa It per macro-capitolo di spesa. Dal valore del budget It esterno dell'industry delle assicurazioni è esclusa la componente consumer. E nel dettaglio il 23% riguarda la gestione *esistente*, mentre all'adeguamento tecnologico e regolatorio è destinato il 17%. Lo sviluppo, ampliamento e trasformazione dell'esistente ha una quota del 28%. Oltre il 30% (esattamente il 32%), infine, è riservato ai nuovi progetti e investimento di innovazione.

A livello generale, i suggerimenti proposti dalle compagnie assicurative, che hanno risposto alla survey, vanno nella direzione di interventi nell'ambito di storage, ed evidenziano particolare interesse sull'utilizzo delle tecnologie di big data. Ma oltre alle logiche di innovazione, i progetti su cui è focalizzato l'impegno del comparto assicurativo è quello relativo all'adeguamento e miglioramento dei sistemi operazionali. Tramite, per esempio, la sostituzione e l'upgrade di applicativi, la gestione delle frodi e di compliance alle normative.

## IL BUDGET IT DELL'INDUSTRY BANCARIA

L'adozione di una dimensione omnicanales non è però prerogativa esclusiva del settore assicurativo. Secondo lo studio dell'anno scorso condotto da **Abi** e **GfK-Eurisko**, la crescita dell'internet banking interessa circa 14 milioni di utilizzatori, con una crescita dell'84%. Nell'ultimo anno sono raddoppiati i clienti (a oggi sono 3 milioni) che dichiarano di usare lo smartphone o il tablet per interagire in mobilità con la banca. Le leve fondamentali per ampliare l'offerta di prodotti e servizi sempre più evoluti e funzionali a imprese, famiglie e settore pubblico sono, quindi, l'omnicanales integrata e la trasformazione digitale.

In materia di investimenti It, oltre alla necessità di una maggiore efficienza dei processi interni, tra le priorità dell'industry bancaria figura la compliance e la gestione della sicurezza dell'informazione. Dopo diversi anni di compressione, la spesa It del settore bancario, a fine 2014, è ripresa a crescere del 3,2%, raggiungendo i 5,681 milioni di euro: cifra che rappresenta il 27% dell'intera spesa It dei segmenti business. In generale, secondo quanto emerge dal report, "tutta l'area della business intelligence sale ai primi posti per progetti di innovazione, anche in questo caso per la necessità di conoscere meglio il cliente e di sfruttare, oltre ai dati provenienti dai sistemi transazionali, anche quelli forniti da altre fonti". In questa prospettiva, dunque, l'industry procede verso nuove architetture di organizzazione e di gestione dei dati e sperimentazioni nel settore dei big data. Infine, le banche mostrano crescente interesse, con riferimento ai servizi di cloud computing, agli aspetti del private cloud e a realizzare *on premises* (in loco) tutti i prodotti e servizi associabili al core business.



## Polizze gratuite, Ivass propone rimborsi

**Workshop dell'Autorità a Roma: tra i temi trattati, la possibilità di invio dell'attestato di rischio attraverso i social network**



Un rimborso per coloro che, avendo ottenuto una polizza Rc auto gratuita in abbinamento all'acquisto di un'auto nuova, si ritrovano a non poter beneficiare delle agevolazioni della legge Bersani nella stipula di un contratto assicurativo successivo. Questa la proposta che l'Ivass ha fatto agli operatori del mercato nel corso del workshop *La dematerializzazione dell'attestato di rischio Rc auto: le novità regolamentari. Le possibili soluzioni per le polizze gratuite*, svoltosi venerdì scorso a Roma presso il centro convegni della Banca d'Italia. I numeri in citati dall'Ivass, indicano in circa 13 mila i consumatori che nel 2014, avendo ottenuto una polizza gratuita abbinata all'acquisto di una vettura, hanno avuto problemi o potrebbero trovarsi di fronte ad alcune criticità: in termini economici si parla di un valore complessivo pari a 6 milioni di euro di premi.

Secondo l'Ivass, su 60 imprese monitorate, sono soltanto 6 quelle che hanno stipulato accordi per un'offerta al pubblico di polizze Rc auto gratuite: di queste, sono tre le imprese che lo hanno fatto con formula bonus/malus e regolare attestato di rischio, le altre con formula tariffaria a franchigia e tramite assicurazione a libro matricola. I consumatori, ha spiegato **Elena Bellizzi**, capo del servizio tutela del consumatore dell'Ivass "in pratica possono avere un buco nella storia assicurativa, un salto, per esempio dalla quarta classe alla tredicesima, con una spesa superiore per l'Rc auto. Oppure possono trovarsi a non poter usufruire della legge Bersani, che permette di beneficiare della classe di merito più bassa del familiare. Se qualcuno è incappato in questa situazione - ha evidenziato - ha diritto alla correzione del malus e ad avere il rimborso".

L'Ivass propone due ordini di soluzioni: "la prima per chi ha ancora in essere una Rc auto gratuita", ha detto Bellizzi. In questo caso il consumatore avrebbe diritto a un attestato di rischio normale, classico, "in cui ci deve essere la sua sinistrosità, comprensiva di tutto. Se invece la polizza gratuita è già giunta a scadenza, poniamo due o tre mesi fa, ed è andato da un altro assicuratore che gli ha chiesto un maggior premio, il consumatore ha diritto ad avere l'attestato di rischio da chi gli ha dato la polizza gratuita, farsi correggere la posizione dal nuovo assicuratore e richiedere indietro i soldi pagati". Per ora, questa è solo una proposta, anche se, ha

precisato Bellizzi, "ci confronteremo con consumatori e industria e successivamente, a breve, arriverà una lettera al mercato". Dall'Ania fanno sapere che discuteranno e valuteranno la proposta. "Non siamo contrari a risolvere la situazione", ha spiegato il dg dell'Ania, **Dario Focarelli**. "Anzi - ha aggiunto - noi avevamo chiesto l'intervento dell'Ivass sulle polizze gratuite già da tempo".

### Il plauso dei consumatori

Immediato è arrivato il plauso dei consumatori alla proposta dell'Ivass. Il **Codacons** ha detto di appoggiare l'ipotesi di rimborso a carico delle compagnie assicurative. In una nota, l'associazione dei consumatori chiede che a un danno "certo ed evidente" subito dagli assicurati, corrisponda "un altrettanto certo indennizzo per chi non ha potuto godere delle agevolazioni previste dalla legge". Secondo il Codacons, l'Ania "farebbe bene ad accettare la proposta dell'Ivass - continua la nota - poiché in caso contrario sarà inevitabile un enorme contenzioso legale di cui il Codacons si farà promotore, attraverso una valanga di cause risarcitorie da parte degli assicurati danneggiati".

### Attestato di rischio via Facebook, Twitter e Whatsapp

Un altro interessante tema emerso dal workshop riguarda l'attestato di rischio degli automobilisti, documento che, dal primo giugno "potrà essere inviato anche via **Twitter, Facebook e Whatsapp**". Ad affermarlo è stato il capo del servizio studi e gestione di Ivass, **Antonio De Pascalis**, il quale ha precisato che il documento sarà a disposizione degli assicurati principalmente sul sito web della compagnia, "ma andrà prevista anche un'altra modalità di invio a scelta tra quelle proposte dall'Ivass: posta elettronica, App per smartphone e social network". L'attestato potrà comunque continuare a essere consegnato in formato cartaceo a chi ne farà richiesta alla propria compagnia assicurativa.

Novità anche a proposito dell'aggiornamento in tempo reale della banca dati delle coperture assicurative. Dal 18 aprile, infatti, i dati presenti nell'archivio digitale di Ania vengono automaticamente comunicati alla

motorizzazione. Questo permetterà, da ora fino ad ottobre, di omologare il sistema dei controlli via autovelox, tutor e zone a traffico limitato con la banca dati e di rendere quindi le verifiche più efficienti.



**Beniamino Musto**

#23  
aprile 2015

INSURANCE  
REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

# 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.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

**Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

INNOVAZIONI  
A CONOS

ONDI  
ENSION

zzazione  
a zero

Agenti Allianz,  
il nuovo corso  
di una casa con

#### 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

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

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