

AXA

COMUNICATO STAMPA

ROMA, 25 OTTOBRE 2016

DALL'ITALIAN AXA FORUM 2016

VERSO L'ASSICURAZIONE 4.0 I **BIG DATA** RIDISEGNANO IL FUTURO DEL SETTORE

Roma, 25 ottobre 2016 – La sfida rappresentata dalle nuove tecnologie e dai *big data* apre la possibilità per le assicurazioni di reinventare il mestiere della protezione e di esercitare un inedito ruolo di partner dell'ecosistema socio-economico.

L'Italian AXA Forum 2016 - organizzato da AXA Italia e tenutosi oggi a Roma - ha avuto al centro del dibattito il nuovo modello di assicurazione e la protezione ai tempi di industria e società 4.0, tracciando scenari sugli impatti dell'utilizzo dei *big data* sino e sulla gestione dei nuovi rischi che emergeranno con l'avanzare del progresso tecnologico.

Un'evoluzione necessaria, visto che secondo quanto emerge dalla **ricerca di AXA Italia, condotta da Episteme** dal titolo "*Gli Italiani, il labirinto dei dati e il ruolo del settore assicurativo*"¹, **il 72% degli intervistati passa la sua giornata connesso ad internet e il 92% è consapevole del fatto che la rete li esponga ad essere tracciati e seguiti.**

Negli anni della rivoluzione digitale, quindi, privacy e sicurezza dei dati sono i rischi più sentiti dalla maggioranza degli italiani. In misura minore dai nativi digitali delle generazioni dei *Millennials* e dalla *IGen*, che concedono con più facilità informazioni personali ma si aspettano flessibilità e semplicità nell'utilizzo di servizi e prodotti.

Questo è il contesto in cui si dovranno muovere le compagnie assicurative, sviluppando capacità di analisi basata sui *big data* e costruendo algoritmi che prevedono dove, quando e come vuole essere protetto il cliente. I *big data* e la tecnologia daranno **l'opportunità alle assicurazioni di costruire un'interazione più forte e migliorare il rapporto con i clienti**, analizzando e comprendendo meglio i loro rischi e diventando motore di prevenzione e corretti stili di vita.

Dall'assicurazione 1.0 a quella 3.0: dove siamo oggi

Adattandosi alla rivoluzione digitale il mondo assicurativo è quindi evoluto, negli ultimi anni, **da un modello 1.0 più tradizionale** - in cui servizi online erano destinati unicamente all'informazione e in alcuni casi alla vendita - **ad uno 2.0 in cui la digitalizzazione è integrata nel business.**

Ora le Compagnie iniziano a sperimentare l'utilizzo dei *big data* per capire quali sono i reali bisogni dei clienti, interpretare l'evoluzione del rischio e trovare le coperture di protezione più adatte, andando verso **un modello 3.0 che ridisegna la *value chain* assicurativa, vede svilupparsi l'*insurtech*, gli oggetti connessi (*connected insurance*)** nonché l'ingresso di *player* di nuova generazione.

¹ Circa 3652 interviste CAWI (computer-assisted web interviewing) a un campione di 1675 individui dai 15 ai 74 anni, effettuate tra luglio e agosto 2016.

Dalla ricerca emerge che oltre il **70% degli italiani si fida di più di un'offerta o di un servizio se accompagnati da una polizza aggiuntiva e il 68% degli italiani si dichiara disponibile ad una polizza integrata da dispositivi tecnologici.**

La tecnologia associata all'assicurazione dà maggiore sicurezza: ad esempio, il 75% si dichiara più sicuro se possiede un dispositivo medico in grado di contattare persone di fiducia, medici e operatori in caso di necessità, mentre il 74% si sente più tranquillo con una scatola nera in auto.

L'InsurTech è un settore in grande crescita, che ha visto quasi 2 miliardi di dollari investiti nei primi 9 mesi del 2016, è già nel 2015 gli investimenti erano stati più che triplicati a livello mondiale, passando da 0,8 nel 2014 a 2,6 miliardi².

L'Osservatorio Connected Insurance – promosso da Ania e Bain - ha fotografato **come l'Italia giochi un ruolo da protagonista nella *connected insurance***, con il 50% del mercato delle scatole nere e degli apparecchi connessi negli autoveicoli a livello mondiale, candidandosi a essere il laboratorio per l'estensione ad altri rami, dalla casa alla salute, grazie alla collaborazione tra assicuratori e mondi lontani, come le *startup* InsurTech.

Verso l'assicurazione 4.0

In un futuro prossimo **emergerà sempre di più il bisogno legato ai nuovi rischi delle “tracce digitali”** che quotidianamente individui e imprese lasciano nel mondo virtuale: dalla privacy ai rischi del *cloud computing* o del *cybercrime*. Si stanno aprendo riflessioni su come fronteggiare i rischi derivanti dalle automobili a guida autonoma, dei robot domestici che avremo a casa e dei droni in volo.

Questa evoluzione passa anche dalla **capacità di proteggere l'economia reale del futuro e le sue nuove forme di produzione e lavoro**. Dall'economia agricola a quella industriale, dalla produzione di massa e l'elettricità fino all'automazione: le assicurazioni hanno supportato tutte le precedenti rivoluzioni industriali azione e avranno un ruolo fondamentale nel sostenere lo sviluppo dell'“Industria 4.0”.

Nella nuova assicurazione 4.0 il fattore umano rimane però la componente imprescindibile, con un'offerta che sarà Phygital – insieme fisica e digitale – ovvero in grado di unire al valore della relazione umana la personalizzazione del rischio.

Le assicurazioni come “life style coach” di persone e imprese:

Il continuo progresso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione impongono quindi al settore assicurativo un ulteriore scatto in avanti. **Circa l'80% degli italiani chiede più prevenzione e più consulenza da parte degli assicuratori.**

Grazie ad un corretto utilizzo dei dati e alla tecnologia si delinea il nuovo ruolo delle assicurazioni, chiamate sempre più ad essere partner dei propri clienti. Nei prossimi 10 anni la *smart home* potrebbe contribuire a una diminuzione degli incidenti domestici del 43%³ e entro il 2040 grazie alle auto intelligenti ci potrebbe essere l'80%⁴ di riduzione di quelli automobilistici.

Si passerà da un ruolo tradizionale di prevenzione, in cui si informano semplicemente le persone sui rischi che corrono, ad un vero e proprio **modello di “life style coach”** che indirizza abitudini e comportamenti verso stili di vita più sani e consapevoli. Un modello che non si limita alla sola gestione del rischio, ma ha l'obiettivo di ridurlo a monte.

2 Fonte Venture Scanner – Osservatorio Connected Insurance

3 Fonte McKinsey

4 Fonte KPMG

*“I big data e la tecnologia stanno reinventando il mestiere della protezione – ha commentato **Antimo Perretta, AD di AXA Italia** – e le assicurazioni si trovano ora di fronte alla nuova sfida di diventare partner dell’ecosistema sociale, offrendo servizi ad alto valore aggiunto alla nostra clientela, resi possibili dall’evoluzione tecnologica. Di fatto sono gli smart data – continua Perretta – ad essere fondamentali per delineare un’offerta assicurativa che risponda alle esigenze evolute dei clienti, premiando i comportamenti virtuosi e aiutando persone e imprese a ridurre i rischi ancor prima che questi si presentino”.*

Gruppo AXA Italia

Con 166.000 dipendenti e 103 milioni di clienti in 64 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione e primo brand assicurativo al mondo per l'8° anno consecutivo secondo la classifica Interbrand 2016. Il mestiere di AXA è la protezione: una missione che si traduce nell'aiutare i clienti a vivere con serenità ogni fase della loro vita, accompagnandoli con soluzioni e servizi di protezione adattabili alle diverse esigenze. Forte di una rete agenziale altamente professionale, composta da circa 650 agenzie, e tra i leader di mercato nella bancassicurazione, a partire dalla partnership con il Gruppo Montepaschi, AXA è presente in Italia in una logica multi distributiva, attraverso il Gruppo AXA Italia, di cui fanno parte AXA Assicurazioni, AXA MPS e Quadra Assicurazioni, con una raccolta premi al 2015 di 8,4 miliardi di euro, oltre a ulteriori società specializzate. Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia

Stefania Di Mico

Stefania.dimico@axa.it

06 50870257 – 338 9350921

Ufficio Stampa

Havas PR Milan

Marco Fusco

Marco.fusco@havaspr.com

02 85457029 - 345 6538145

Alessandro Lombroso

alessandro.lombroso@havaspr.com – 02 85457037