



Intervento di Maria Bianca Farina, Presidente ANIA

Buongiorno e un sentito benvenuto a tutti voi che avete accettato il nostro invito a questo evento.

Sono passati pochi mesi dall'Assemblea dell'ANIA, nella quale abbiamo parlato dei grandi mutamenti che stanno caratterizzando il nostro tempo.

Il cambiamento è una costante della storia dell'uomo. La specificità del fenomeno che ci troviamo ad affrontare in questi anni è la sua velocità su scala globale: ci sono voluti 110 anni perché il telefono raggiungesse 100 milioni di utenti e 49 alla televisione per ottenere la stessa diffusione.

Ebbene, allo smartphone e a Facebook sono stati necessari solo 8 anni per raggiungere i 100 milioni di utilizzatori.

Se da un lato la tecnologia non è l'unico vettore del cambiamento a cui assistiamo (esistono altri grandi trend come longevità, cambiamento climatico, globalizzazione, ecc.), è l'accelerazione impressa dalla tecnologia nelle sue varie forme (sistemi di telecomunicazione, web, infrastrutture) ad impressionare.

Peraltro, il fenomeno non è destinato a rallentare: le nuove frontiere dei data analytics, intelligenza artificiale e Internet of Things sembrano promettere ulteriori cambiamenti all'ordine delle cose ad oggi conosciute.

Tutto questo ci obbliga a studiare e gestire i fenomeni in atto e, se possibile, a precorrerne le ricadute in tutti i campi.

È di tutta evidenza che un cambiamento di tale portata non avrebbe potuto non coinvolgere anche il nostro settore, modificandone i confini e offrendo alle assicurazioni nuove modalità di operare: la protezione dei rischi attuali e quelli futuri originati dai nuovi bisogni e modelli.

Ne sta ridefinendo i confini perché con l'evoluzione dei modelli di business le vecchie barriere tra settori industriali si sono assottigliate. Ad esempio:

- le utilities elettriche ed energetiche offrono sempre più spesso servizi integrati che includono anche assicurazioni alla persona.
- Gli operatori delle telecomunicazioni cercano di espandere il proprio business ai servizi telematici.
- Il settore automobilistico sta valutando di entrare nell'assicurazione auto attraverso i servizi alla mobilità.
- Più in generale, stanno nascendo nuovi ecosistemi che ricombinano le competenze aziendali e le catene del valore in modo nuovo.

Questo cambiamento sta modificando in modo profondo anche bisogni e comportamenti dei clienti:

- è noto come ormai una grande parte dei consumatori faccia ricerca online prima di procedere all'acquisto assicurativo.
- È forse meno noto ma altrettanto importante come stiano nascendo nuovi segmenti di clientela, molto orientati all'acquisto di servizi di prevenzione e di assistenza.
- Inoltre è sempre più frequente l'attitudine dei consumatori soprattutto più giovani alla fruizione di un bene di cui non è più desiderata la proprietà, cioè all'utilizzo senza possesso.
- Più in generale, i clienti hanno aspettative di rapidità di risposta e qualità del servizio assicurativo pari a quelle che si attendono dalle service companies più avanzate, ad esempio Amazon.

Le assicurazioni vogliono essere parte centrale di questo cambiamento, innovando il proprio modello di business e trovando nuove modalità di rapporto con istituzioni, imprese, famiglie.

In questo contesto, ANIA ha rimodulato le sue attività di analisi del mercato in modo da poter fornire al mondo assicurativo indicazioni e soluzioni più adatte e mirate ad intercettare le opportunità che comporta l'innovazione, attraverso modelli e sperimentazioni che possano facilitare il coinvolgimento di tutti gli attori dell'ecosistema assicurativo.

Nasce così "*Innovation by ANIA*", che ha proprio l'obiettivo di cogliere e rendere concretamente disponibile la nuova spinta innovativa.

Innovation by ANIA è stata la scelta che abbiamo fatto per dare concretezza al confronto all'interno e all'esterno del settore, per proseguire, con coerenza, nel nostro modo di fare impresa, l'impresa che vuole proteggere "la voglia di crescere" di un paese, di un'azienda, di una persona. Un approccio strategico all'innovazione, un laboratorio permanente per dare ulteriore spinta alla modernizzazione che le compagnie di assicurazione stanno sperimentando nei propri processi e nell'elaborazione di nuove soluzioni e di nuovi servizi.

Uno degli ambiti più interessati dai grandi cambiamenti è quello della mobilità, un concetto che coinvolge diversi settori che generano complessivamente circa il 20% del PIL italiano. È per questo che abbiamo dedicato proprio a questo tema il primo Annual Meeting di *Innovation by ANIA*.

La nuova mobilità mostra grandi prospettive e promette di cambiare le nostre vite e il nostro modo stesso di fare assicurazione.

È in atto una tendenza sempre più marcata verso un significativo cambiamento della circolazione dovuto ad un parco auto più ridotto, alla mobilità condivisa e ad auto intelligenti. Il tasso di motorizzazione degli italiani tra i 18 e i 45 anni è passato dal 53% del 2005 al 37% del 2016. A ciò ha contribuito anche la diffusione del car pooling con 2,5 milioni di utenti e del car sharing con 5.600 noleggi in media al giorno.

Inoltre, è di grande importanza l'evoluzione verso le auto a guida assistita ed autonoma:

- il 65% degli italiani manifesta interesse per l'auto autonoma a fronte di una media europea del 48%, e attualmente il 10-15% delle auto in circolazione ha sistemi di guida assistita.
- Recenti ricerche indicano che, nonostante i ritmi relativamente lenti di rinnovo del parco auto, nel 2025 circa metà del parco circolante sarà dotato di sistemi di guida assistita o autonoma, con evidenti conseguenze sia in termini di frequenza che di severità del rischio.

È infine importante sottolineare la variegata quantità di dati che la nuova mobilità è in grado di produrre:

- una fonte inesauribile di informazioni che può cambiare in profondità diverse industrie.
- Nel nostro settore è sufficiente osservare che mentre la valutazione del rischio veniva tradizionalmente svolta collocando i clienti in classi omogenee di rischio basate su informazioni *ex ante*, oggi le tecnologie digitali ci spingono verso un approccio di tipo dinamico e prospettico, che riclassifica nel continuo il profilo di rischio dell'assicurato: in definitiva una mutualità dinamica tecnologica.

Pertanto è auspicabile che il regolatore comunitario opti per un sistema aperto – cioè con le informazioni accessibili ai diversi operatori – perché a tutti sia consentito fare la propria parte nell'assicurare i benefici connessi alla maggiore disponibilità di dati.

L'ANIA e l'intero settore assicurativo saranno in campo per contribuire ad individuare le forme di protezione più adatte alle nuove forme di responsabilità del produttore, per i nuovi rischi della circolazione che vedranno veicoli tradizionali con veicoli evoluti sulle stesse strade, per proporre nuove soluzioni assicurative sui servizi di sharing mobility e per modelli di offerta più vicini ai desiderata dei millenials come l'instant insurance anche per l'auto.

In conclusione, il cambiamento sta imponendo a ritmi serrati una profonda revisione delle strategie di tutti gli operatori coinvolti: gli illustri ospiti che oggi abbiamo invitato sono certa vi offriranno un interessante punto di vista sulle capacità di risposta a queste nuove esigenze. Quello che ci aspetta è un nuovo mondo ed io sono certa – il nostro impegno quotidiano me ne dà conferma – che il nostro nuovo ruolo sarà all'altezza delle attese. Tanto più se saremo coesi pur nella diversità di ruoli che ciascuno di noi ha.