

Early Believers Waiting for Beyond Insurance: Unipol Group



Paola Carrea
Direttore Generale
AlfaEvolution
Technology
Gruppo Unipol

Sono veramente onorata di essere con voi per la prima volta a questo evento. Sto imparando tantissimo. Io sono, come dico anche in azienda, una “ex metalmeccanica” (ex-responsabile della Business Line Advanced Technology for *Mobility* and Safety di Magneti Marelli), e questo settore è ancora nuovo per me. Affascinante e pieno di sfide in questo momento storico ricco di investimenti ed evoluzione digitale, come evidenziato negli interventi precedenti.

L’obiettivo è trasformare i problemi e le sfide in opportunità.

Il mio intervento è centrato sul titolo di queste due giornate. È legato alla tecnologia applicata al settore assicurativo del Gruppo Unipol che, in tempi non sospetti, ha iniziato a lavorare come *early believer* nel mondo della telematica e del digitale, per prepararsi a quella che è la sfida dei prossimi anni. Nel nostro piano industriale c’è un espresso riferimento al nuovo mondo, alla necessità di andare Beyond Insurance.

Ci stiamo preparando a sviluppare tre grandi ecosistemi: l’ecosistema *mobility* dove, senza presunzione, stiamo facendo veramente grandi cose, l’ecosistema *property* e l’ecosistema *welfare* che stiamo sviluppando. Proprio per avere competenze dedicate allo sviluppo tec-

nologico e di servizi di questi tre ecosistemi il Gruppo ha costituito a inizio 2016 la società AlfaEvolution Technology. Si tratta di una realtà *insurtech* strettamente integrata all’interno del gruppo (fig. 1).

L’obiettivo è garantire competitività al Gruppo tutelandone proprietà intellettuale e quindi distintività. Alfa è completamente integrata nel Gruppo, i nostri sistemi informativi sono al 50% di

Alfa e al 50% del Gruppo per garantire l’integrazione con i sistemi assicurativi. Questa stretta integrazione, che al momento dura dalla nascita di Alfa tre anni fa, sembra essere la strategia vincente.

In questa presentazione parleremo di futuro imminente, ma in alcuni casi anche di passato.

Oggi siamo circondati da parole chiave: *IoT*, *big data*, *fog*, *ADAS*, guida autonoma... Si tratta di termini che già da tempo aleggiano in diversi settori, incluso quello assicurativo. Servono competenze che consentano di trasformare le parole in fatti e di assegnare priorità e importanza alle azioni e decisioni. Noi facciamo *open innovation* lavorando anche con l’esterno (centri di ricerca, università, analisti)



ma cerchiamo di preservare internamente le competenze, al fine di meglio comprendere e coordinare le attività esterne, filtrando le molteplici proposte di innovazione in termini di prodotti, metodologie e processi che, continuamente, ci vengono presentate da potenziali partner/fornitori.

Come potete vedere in questa slide (fig. 2) AlfaEvolution è uno degli abilitatori del Gruppo Unipol per la costruzione degli ecosistemi. È strettamente collegata con le altre società del Gruppo: la società di assistenza PAS, la rete di riparazione AP&B, la nuova società Leithà con più di 60 *data scientist* dedicati all’elaborazione dei dati, ed è direttamente collegata fornendo supporto a enti interni e di Direzione.

Sappiamo che il cliente deve rimanere al centro e che dobbiamo garantirgli sicurezza e assistenza in coerenza con la missione di una assicurazione, lo dobbiamo assistere ovunque si trovi: in auto, in casa, al lavoro o nel tempo libero.

Per quanto riguarda il business *motor*, Unipol - credo vi sia noto - vanta una leadership indiscussa nelle *black box*, iniziata molti anni prima di Alfa. Prima della nascita di Alfa la telematica e i servizi erano in outsourcing presso OCTO Telematics.

Il gruppo Unipol a giugno 2019 ha superato i 4 milioni di clienti telematici. A cosa è dovuta questa massiva diffusione della telematica? Ponendo il cliente al centro della nostra attenzione dobbiamo garantirgli servizi e, inoltre, il Gruppo ha capito il valore dei dati e ha saputo come utilizzarli.

Nel contesto dell'ecosistema *mobility* stiamo poi aggiungendo altri servizi che usciranno nell'arco del piano, di cui Alfa è responsabile.



Ma non c'è solo il mondo *motor* (fig.3). Nel 2017 abbiamo avviato la digitalizzazione per le polizze casa, con i nostri 12000 clienti per le abitazioni e i negozi, ci posizioniamo tra i principali *player* Italiani di questo settore. Stiamo imparando molto sulla nuova *user experience* dei clienti e stiamo già pensando all'evoluzione della nostra offerta. Questo mentre i concorrenti di Unipol hanno appena iniziato a fare sistemi simili a quelli con cui noi siamo usciti nel 2017.

Non è ovviamente l'unica area, abbiamo anche il mondo del *welfare* dove ci stiamo focalizzando su alcune categorie di clienti. Tra gli esempi: la sicurezza per i ciclisti o le dottoresse della guardia medica, al momento siamo in fase *Proof of Concept*.

Per le biciclette abbiamo fatto con Pinarello un primo esercizio non banale di applicazione della telematica alle bici elettriche. Così come la telematica è nata in Italia in Ferrari con la telemetria, riuscendo a dotare di telematica una bici "preziosa" come quella di Pinarello, i cui vincoli di peso e dimensioni sono sfidanti, abbiamo costruito i presupposti per dotare le bici della telematica o i monopattini dei nostri clienti.

Stiamo lavorando, facendo alcuni *Proof of Concept* nel settore agricolo e, non ultimo, stiamo sperimentando soluzioni di sicurezza e assistenza per alcune categorie di lavoratori, come le dottoresse della guardia medica.



Tornando al mondo *motor*, attualmente abbiamo due tipologie di *black box*: quella professionale, installata in officina sull'automobile e quella autoinstallante. A queste stiamo aggiungendo nuovi prodotti.

Nello spiegare questi nuovi prodotti, rispondo anche a una domanda che prima mi è stata posta: "voi fate i prodotti o li acquistate sul mercato?". Se il prodotto non esiste e si concorda all'interno del Gruppo che è necessario ai fini della competitività o distintività allora si progetta, si brevetta e si fa produrre (noi non abbiamo una *plant*).

Ad esempio, la plancetta eCall che uscirà a metà del prossimo anno, non esiste sul mercato, quindi l'abbiamo brevettata, progettata e andrà in produzione a metà

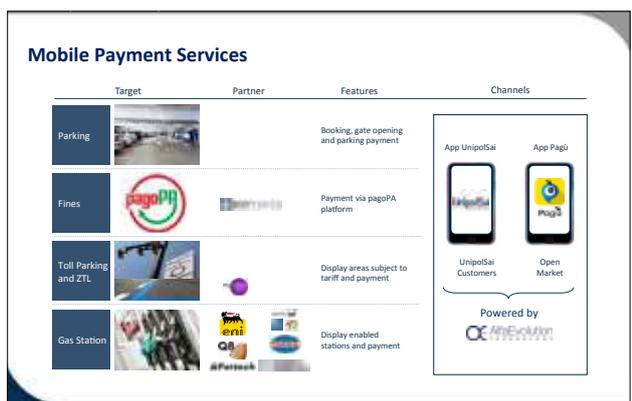
del prossimo anno. Con questa plancetta il cliente potrà beneficiare della eCall privata (fig.4) potrà fare delle chiamate di assistenza e, ovviamente, potrà avere anche *feedback* su eventuali comportamenti pericolosi per la guida.

L' eCall privata nasce sulla scia della eCall pubblica che già dal 2018 è diventata legge europea ed è obbligatoria su tutte le vetture di nuova omologazione. Poiché la sicurezza è un prerequisito per tutti: sia chi ha una macchina nuova sia per chi ha una macchina usata deve poter beneficiare di questo servizio.

Un'altra soluzione di prossima uscita, sarà una nuova *black box* per le due ruote.

C'è poi un aspetto che stiamo cercando di capire bene, e approfittando anche della presenza di Ania e magari nel pubblico c'è qualcuno con cui poi potremmo confrontarci sul tema, stiamo cercando di capire, come dicevo, le potenzialità del *vehicle data recorder* che sarà d'obbligo su tutte le automobili a partire dal 2022. Sarà sicuramente importante per ricostruire la dinamica dell'incidente quando ci sono dei sistemi di ausilio alla guida che possono essere attivi, o meno, sull'automobile. Purtroppo ad oggi sembra, come già accade in America, che i dati di questo *vehicle data recorder* siano accessibili solo dalle forze dell'ordine.

Presentiamo ora un impiego del digitale, completamente nuovo per il Gruppo, nato con Alfa per i clienti Unipol e non solo (fig.5). Si tratta di servizi "centrati" nell'ecosistema *mobility*. Stiamo parlando di servizi di pagamento. Dal pagamento dei parcheggi a quello del carburante attraverso la App. Evidenziamo, con riferimento al pagamento delle strisce blu, la migliore *user experience* di cui potranno beneficiare i clienti con telematica. Quindi attraverso la App Unipol-Sai, oltre a monitorare in tempo reale il carro attrezzi in caso di bisogno, lo stato della polizza, i percorsi registrati dalla *black box*, lo utilizzo per evitare una multa, il cliente potrà anche pagare servizi e, nel caso delle strisce blu, pagare con esattezza il tempo in cui ha lasciato l'auto.



Un ulteriore servizio su cui il Gruppo con Alfa sta investendo a seguito della liberalizzazione del mercato, è quello del pagamento del pedaggio. AlfaEvolution Technology si è certificata presso l'Aiscat come esattore del pedaggio, il servizio sarà disponibile per i clienti del Gruppo a inizio 2021.

Per i non esperti consentitemi di ricordare che non è possibile pagare il pedaggio con una *black box*, perché servono frequenze dedicate e standardizzate a livello europeo (fig. 6).

Oggi abbiamo sentito, e sentiamo sempre di più, parlare di dati. Sappiamo benissimo che i dati sono il petrolio di questo nuovo secolo. Unipol ha molti dati e investe continuamente per poterli valorizzare anche a fini sociali e ambientali, oltreché per migliorare la qualità di vita dei propri clienti.

Stiamo utilizzando tantissimo i dati per capire come rispondere a domande quali: "Cosa accade se c'è un decremento del numero di automobili perché arriva la *sharing economy*? E se gli incidenti diminuiscono perché arriva la guida autonoma?"

Vi anticipo un risultato che riteniamo essere *disruptive* e su cui siamo tutti invitati a riflettere, ognuno in base al proprio settore di competenza.

Personalmente me ne ero occupata quando ero al Centro Ricerche Fiat e avevo visto, non con dati puntuali di telematica ma con esperti trasportisti, che 40.000 auto a guida autonoma in *car sharing* potevano sostituire tutte le altre auto in circolazione nella città di Torino. E questo voleva dire evitare di riempire i parcheggi, ridurre l'inquinamento soprattutto con l'utilizzo di auto elettriche, garantire il *traffic flow optimization*, ovvero la significativa riduzione del traffico.

Quest'anno abbiamo rifatto l'esercizio con i dati della telematica sulla città di Parma. Abbiamo quasi 100 terabyte di dati provenienti da 4 milioni di automobili. A Parma il 40% della mobilità potrebbe essere gestito con una *light mobility*. Quindi con bici elettriche, e il 90% dei veicoli potrebbe essere completamente eliminato in quanto, con un 10% di veicoli in *sharing* a guida autonoma, sarebbe garantita la mobilità dei cittadini.

Sui dati, molto importante è il tema del GDPR.

Sul *non motor* cercherò di essere più rapida. Abbiamo iniziato a vendere i nostri *kit case* e commercio e adesso stiamo pensando per il 2021 a nuove soluzioni basate su NBloT, separando gli aspetti della *safety* da quelli della *security*. I volumi sono ancora bassi ma, è noto, si tratta, soprattutto in Italia, di servizi non ancora molto diffusi e che comunque richiedono soluzioni molto customizzate.



Ultimo, ma non meno importante, per garantire sicurezza e assistenza al nostro cliente, al di fuori della casa e dell'auto, stiamo lavorando a soluzioni della linea personal per il suo benessere e la sua salute. Questo mondo è legato a idee altamente innovative e non ancora pubblicabili.

Menziono solo un servizio per gli anziani. L'Italia, lo sappiamo tutti, viene solo dopo il Giappone per il progressivo invecchiamento della popolazione. Il servizio che stiamo progettando sarà assolutamente non invasivo e utile anche al figlio dell'anziano (fig. 7).

Solitamente si chiude un intervento con una frase di una persona importante. Potevo ricorrere a Socrate o

anche a Bill Gates o a Steve Jobs. Ho provato questa volta ad appellarmi ad Einstein: "Colui che segue la folla non andrà mai più lontano della folla. Colui che va da solo, più probabilmente si troverà in luoghi dove nessuno è mai arrivato".

Bisogna avere coraggio e andare avanti da soli, ovviamente in un contesto di ecosistema e di *open innovation* per riuscire a fare cose che altrimenti, se segui la folla, non riesci a fare.