

# Assicurare la Smart Home

---

**Sonia CATTANEO**

Roma

29 settembre 2016



**ABI** Associazione  
Bancaria  
Italiana  
**ABISERVIZI** 

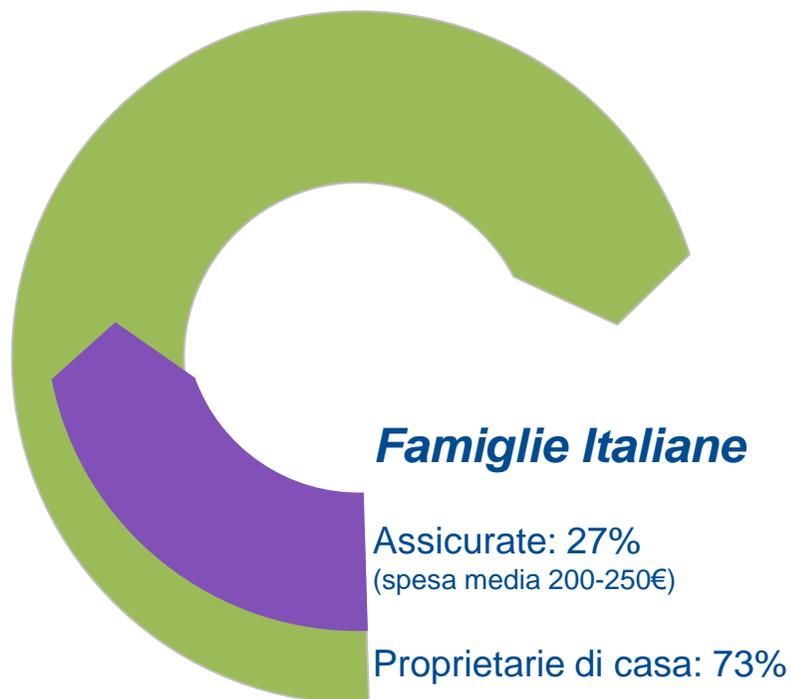
IL CANALE  
BANCARIO  
COME MOTORE  
DELL'INNOVAZIONE

## Assicurazione casa: un mercato fondamentale per le banche nazionali

- La polizza casa non è un prodotto di domanda: le reti ed i gestori devono proporlo e spingerlo anche a fronte di un bisogno potenziale significativo
- Il ruolo delle banche italiane in questo business è in costante crescita e con ottimi potenziali

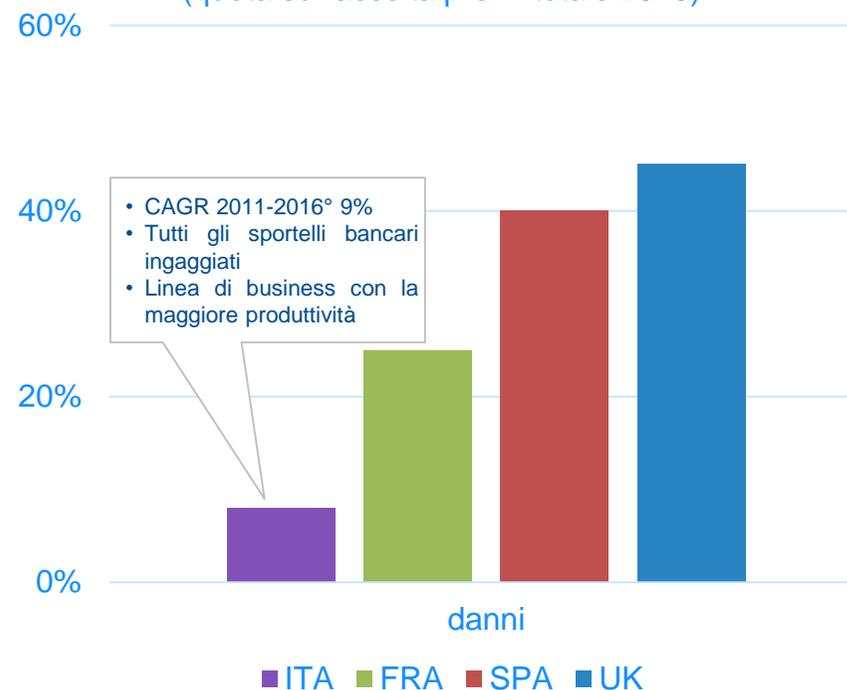
### IL MERCATO ATTUALE

(2015)



### IL RUOLO DELLE BANCHE NEL BUSINESS CASA

(quota su raccolta premi totale 2015)



Fonte: Osservatorio Bancassurance Parva, elaborazioni su dati FFSA, Inese, ABI

## Le esperienze di smart home insurance non mancano

- Come per la black box auto, anche nel segmento casa i provider assicurativi italiani sono tra i primi ad aver intrapreso delle iniziative in ambito telematica
- I bancassicuratori hanno mostrato una maggiore propensione all'innovazione

### BANCASSICURATORI



#### ASSICURAZIONE CASA **ACASACONME**

aCasaConMe è la polizza che protegge la tua casa dagli inconvenienti più diffusi: incendio, fumo, fenomeni elettrici, fuoriuscita di acqua, intrusioni di ladri e tanto altro ancora. Ti offre un'ampia gamma di prestazioni di assistenza e una Centrale Operativa a tua disposizione 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

**INTESA SANPAOLO ASSICURA**

ASSICURARE CASA  
PER AVERLA SEMPRE  
SOTTOCONTROLLO, CONVIENE.

Posteprotezione Innova Casa

**Posteassicura**  
GruppoAssicurativoPostevita

### ASSICURATORI

#### OFFERTA CASACONNESSA

CasaConnessa è l'offerta che unisce la polizza casa al dispositivo HomeBox in grado di rilevare i pericoli e avvisarti in caso di emergenza. Fino al 31 ottobre a partire da soli 150 euro l'anno.

**Groupama**  
Assicurazioni



#### Assistenza LIVE BOX

La serenità vive con te,  
anche quando sei fuori casa

**AVIVA**



Fonte: Osservatorio Bancassurance Parva, siti di compagnia

## La tecnologia facilita l'adozione ed abilita l'offerta di nuovi servizi

- L'offerta di soluzioni hi-tech si evolve velocemente e l'accessibilità aumenta in maniera esponenziale
- Cambia e si semplifica il modo di accedere e di innovare i servizi

### FACILITAZIONE

QUANTO COSTA UNA SELF-DRIVING CAR?

**Tesla Model S @ \$ 65.000**



**Comma.ai @ \$ 999 + your car**



### ABILITAZIONE

ENTERTAINMENT, DOMOTICA SERVIZI  
A PORTATA DI VOCE

**amazon echo**

Always ready, connected, and fast. **Just ask.**



## Vi sono diversi Fattori Critici di Successo da prendere in considerazione nel percorso di sviluppo della soluzione Smart Home

---

- **Relazioni tra i Player di Progetto:** va gestita la complessità derivante dall'interazione dei numerosi attori coinvolti in un progetto finalizzato al lancio di un prodotto «digital» (ad esempio: Clienti, Intermediari, Assicurazioni, Provider Tecnologici, Provider dell'Assistenza)
- **Processi operativi:** è necessario definire e condividere i processi operativi end-to-end, in modo che ogni attore sia a conoscenza del proprio ruolo e sappia interfacciarsi con gli altri player
- **Strategia di partnership in ottica «lean strategy»:** bisogna puntare al conseguimento del time-to-market tramite un approccio che predilige semplicità e velocità di adozione, posticipando l'attuazione di soluzioni fortemente personalizzate. A seguito dei feedback raccolti dal mercato e dei volumi raggiunti, si può valutare un riciclo della strategia modificando le relazioni, i contenuti o i partners stessi in funzione degli obiettivi di business che si vuole conseguire
- **Know-how dall'esterno:** all'interno della Compagnia la gestione dell'innovazione non è «business as usual». Diventa pertanto necessario avvalersi di partner esterni con esperienza su progetti «digital», che possano creare valore portando il know-how necessario e supportando tutti i player di progetto nella definizione dei processi operativi e della migliore strategia di partnership

## Per il futuro è necessario semplificare la relazione Intermediario – Cliente

- L'intermediario bancario non si occupa più solo di gestire gli asset del Cliente, ma offre anche diversi prodotti assicurativi
- In questo scenario, il distributore è costretto a gestire un'elevata complessità legata al numero, alla tipologia ed al contenuto dei prodotti / servizi assicurativi offerti

***L'intermediario deve diventare «smart»***

- La complessità deve essere interiorizzata e gestita dai distributori tramite supporti digitali che siano in grado di aiutare gli operatori tramite un approccio di “digital counselling” (contenuto prodotti, assessment cliente, fitting esigenze, benchmarking, valore generato, etc...)
- Parva ha attivato una partnership con una start-up digitale, DIGITARP, in grado di fornire una soluzione finalizzata a ridurre e gestire questa complessità

---

*Sonia*

**Sonia Cattaneo**

Mobile +39.345.4837587  
sonia.cattaneo@parvaconsulting.com

