



Telematics, Connected Insurance & Innovation

Osservatorio Bain



Executive summary



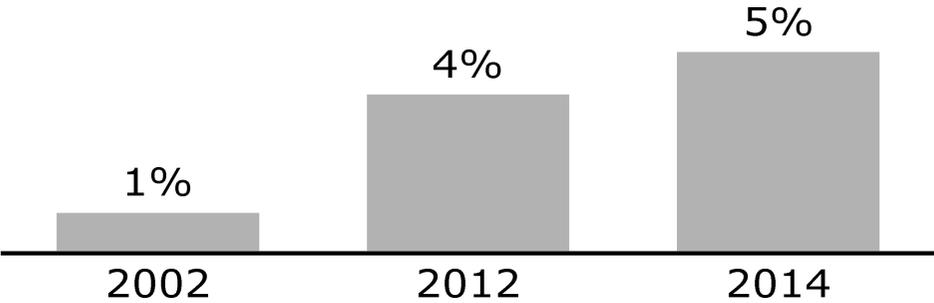
- **I dati da Telematics e Internet of Things** rappresentano per le Compagnie un'opportunità straordinaria per:
 - migliorare la risk selection
 - innovare le modalità di pricing
 - vendere servizi (a fronte del de-risking di molti rami)
 - passare da un ruolo di pagatore dei sinistri ad un ruolo proattivo, aspetto chiave per la redditività
 - Arricchire frequenza e rilevanza delle comunicazioni ai clienti
- L'approccio è stato **concretamente adottato (in Italia e in altri mercati) nel motor insurance** (black box)
- **Il mercato assicurativo italiano, pioniere del motor:**
 - ha l'esperienza più matura come ampiezza (~15% di penetrazione) e come articolazione degli approcci motor
 - sta entrando nella prossima fase di innovazione con l'offerta di polizze casa e salute telematics
- **L'Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation di Bain** ha l'obiettivo di diffondere la cultura dell'innovazione nel settore assicurativo con i partecipanti permettendogli di cogliere l'opportunità di questo nuovo paradigma



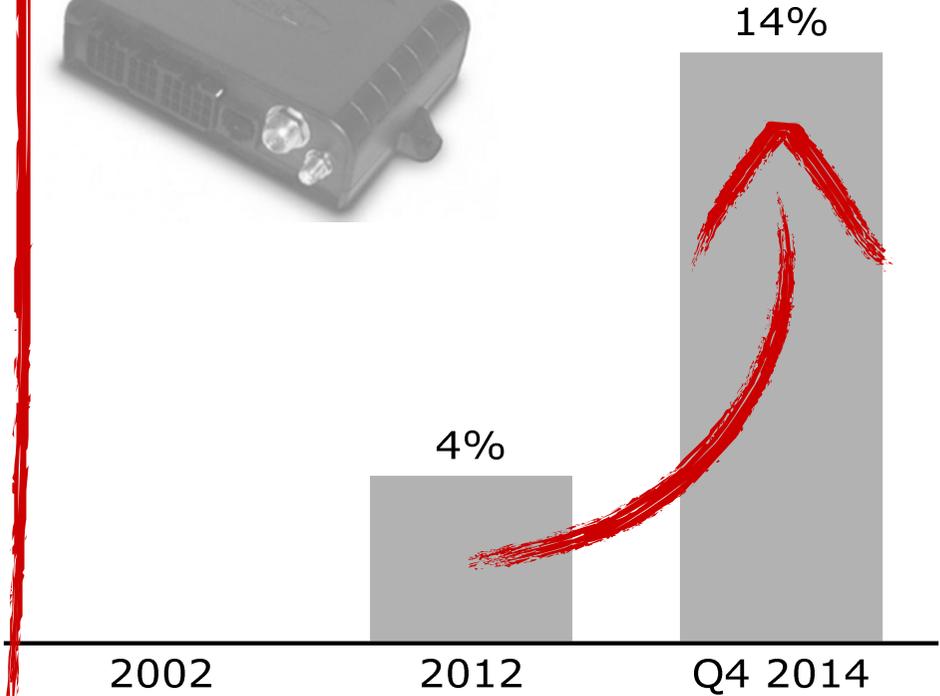
I **telematics** (Connected Car) sono il cambiamento più significativo avvenuto su mercato assicurativo italiano auto negli ultimi 10 anni...

Mercato assicurativo italiano

PENETRAZIONE ONLINE SU TOTALE PREMI AUTO



PENETRAZIONE TELEMATICS SU TOTALE POLIZZE RCA



Fonte: Elaborazioni Bain su dati IVASS

...essendo un approccio che impatta tutta la value chain assicurativa e **crea concretamente valore sul conto economico assicurativo**

• SELEZIONE DEL RISCHIO:

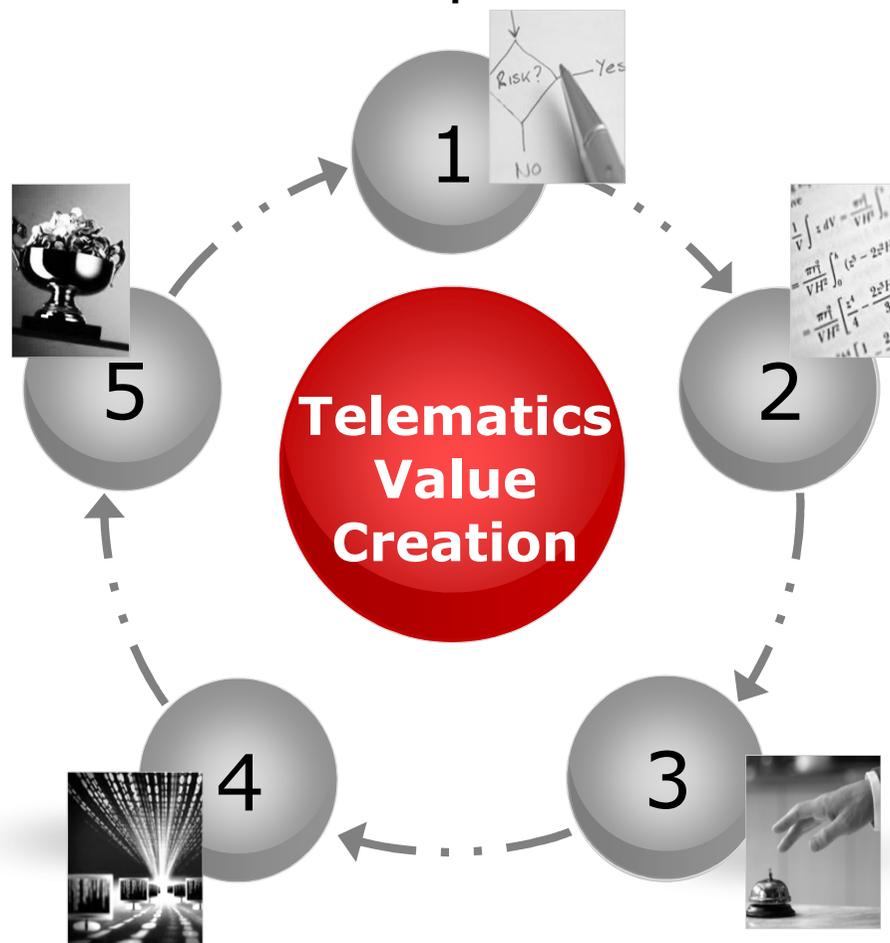
- **Acquisizione clientela meno rischiosa** con conseguente **riduzione intenti fraudolenti**
- Rafforzamento del **processo di underwriting**

• LOYALTY E INDIRIZZO COMPORTAMENTI

- Sistemi di **loyalty basati sui comportamenti di guida rilevati**
- Incentivazione **comportamenti virtuosi**
- **Gamification**

• LOSS CONTROL

- Intervento proattivo in caso sul **sinistro**, limitando l'esborso finale
- Informazioni **"oggettive" per la gestione del sinistro**



• PRICING RISK-BASED

- **Pricing** basato su **"quantità" e livello di esposizione al rischio**

• SERVIZI...

- **...informativi** legati alla polizza
- **...a valore aggiunto per il guidatore**
- **...commerciali** mirati al **cross selling assicurativo e di prodotti ecosistema**



World Wide, l'attenzione sul fenomeno della Connected Insurance è **cresciuta esponenzialmente** negli ultimi mesi

Buzz about IoT

IOT APPLICATIONS		OVERALL POPULARITY	SCORES			
			🔍	🐦	in	📄
1	Wearables	91,7%	41k	200k	1.600	85k
2	Smart City	60,7%	50k	59k	780	71k
3	Smart Home	53,8%	61k	45k	510	52k
4	Industrial Internet	29,4%	50k	5k	260	15k
5	Smart Grid	28,2%	41k	15k	400	12k
6	Connected Car	10,5%	8k	2k	231	8k
7	Connected Health	3,7%	2k	2k	84	5k
8	Smart Farming	0,8%	1k	0,7k	17	0,3k
9	Smart Retail	0,5%	0,6k	0,3k	15	60
10	Smart Supply Chain	0,2%	0,1k	0	9	85

Fonte: analisi Bain su dati Google, Twitter, LinkedIn, IoT Analytics Market insights for the Internet of Things
 Note: 1: Ricerche su Google trimestrali delle applicazioni a livello mondiale; 2: Numero di tweets contenenti "#application";
 3: Numero di posts su LinkedIn contenenti il nome dell'applicazione; 4: Numero di news correlate all'applicazione. L'indice di popolarità complessivo è una media delle quattro precedenti dimensioni. Indicatori validi per il periodo Q2/2015

Insurance

Connected Insurance

Key Disruptive Trends

Smarter, cheaper sensors

Wearables

Internet-of-Things

Standardised Platforms

Summary
 Ubiquity of connected devices will enable insurers to highly personalise insurance and proactively manage clients' risks

Implications for Financial Institutions

- As customer relationships evolve from short-term product-based to long-term advisory, capturing customers early on becomes critical
- As insurers become a hub for customer data, their strategic value within full-service financial institutions will grow
- Forming partnerships with data providers, device manufacturers and other ecosystem participants will be critical to enable connected insurance

WORLD ECONOMIC FORUM
 COMMITTED TO IMPROVING THE STATE OF THE WORLD

The Future of Financial Services
 How disruptive innovations are reshaping the way financial services are structured, provisioned and consumed

Emerging Financial Services Business Models

"Insurance – the insurance industry is set to be rejuvenated by wearables, telematics and the Internet of Things; devices sending and receiving information about an individual's environment and habits"

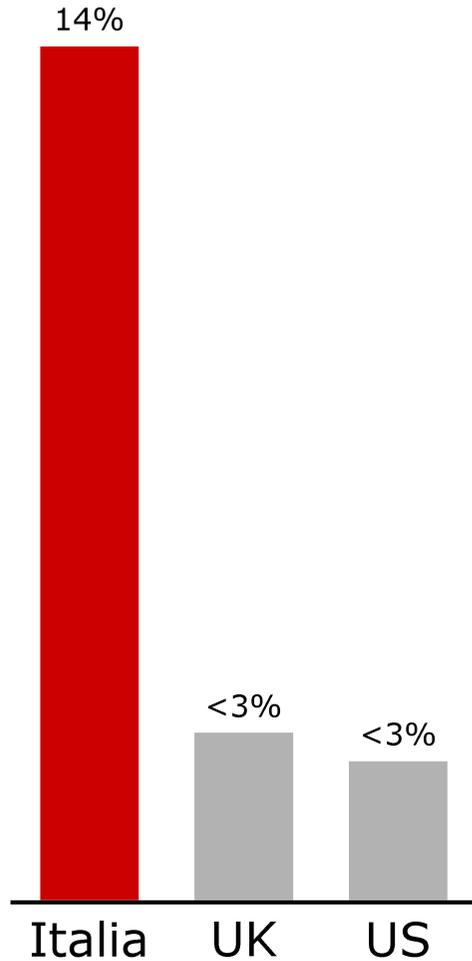
Marzo 2015

FinTech Futures
 The UK as a World Leader in Financial Technologies

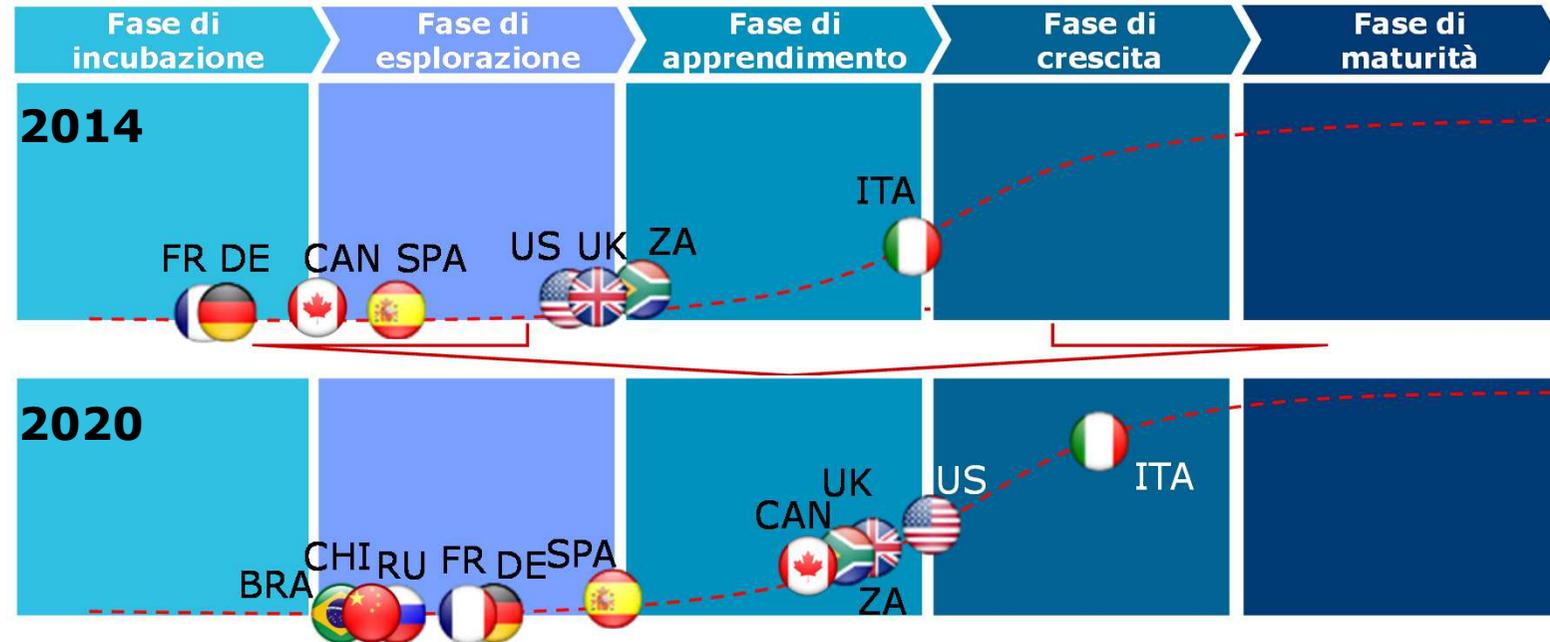
A report by the UK Government Chief Scientific Adviser

L'Italia nei motor **telematics** rappresenta il pioniere e ha acquisito un bagaglio di esperienze unico a livello internazionale

PENETRAZIONE MOTOR TELEMATICS



STADI DI MATURAZIONE DEL MOTOR TELEMATICS PER PAESE



• **Primi piloti** con il focus su underwriting

• **Roll out su alcuni pionieri**
 • **Diffusione delle fasi pilota** nella maggioranza dei players, attraverso un approccio "me-too"

• **Alcuni grandi player** comprendono il completo **potenziale** (UW, sinistri) dei servizi telematici, **personalizzando un proprio approccio** (es. big data) e ne spingono la vendita
 • **Differenziazione nella fase di underwriting**

• **Diffusione della comprensione** del completo potenziale con un maggior push commerciale da parte di tutti i player
 • **Soluzioni/fornitori differenzianti** tra i maggiori player

• **Approccio telematico standardizzato** per la sottoscrizione e la gestione sinistri
 • **Consolidamento delle relazioni** tra i maggiori player ed i loro fornitori, con la diffusione cross country delle **best practice**

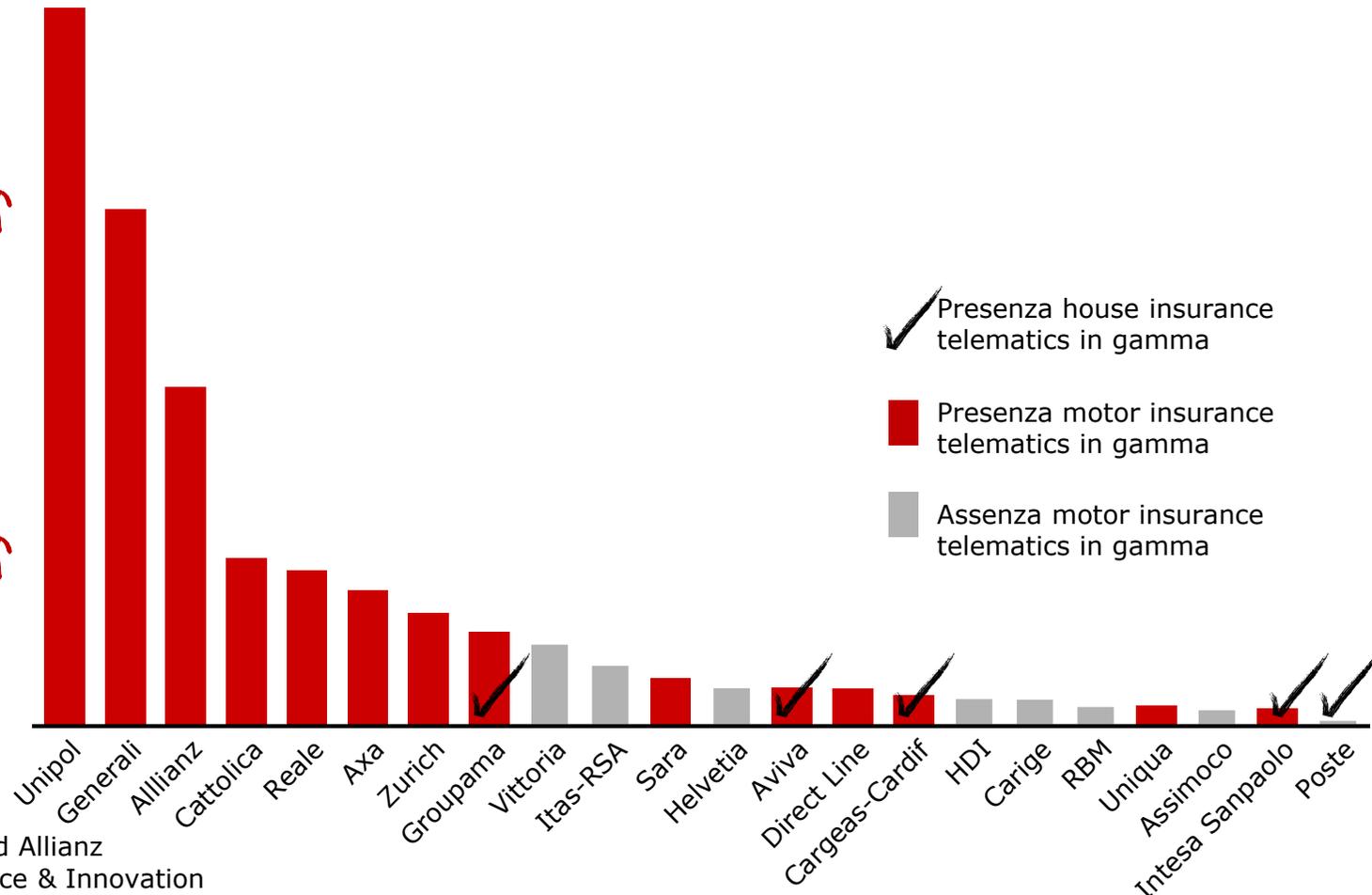
Nota: Premi UnipolSai includono portafoglio ceduto ad Allianz
 Fonte: Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation

Partendo da questa esperienza differenziale, nel mercato sta avvenendo l'**estensione dell'approccio ad altre business line**

STATO DELL'ARTE DEL CONNECTED INSURANCE FOCUS MERCATO ITALIANO

Premi danni dicembre 2014,
Vista per Gruppo di imprese

- 36+ PRODOTTI MOTOR INSURANCE TELEMATICS GIÀ SUL MERCATO
- 5 PRODOTTI HOME INSURANCE TELEMATICS GIÀ SUL MERCATO E 3+ PILOTI INCORSO
- 3+ PILOTI HEALTH INSURANCE TELEMATICS IN CORSO



Nota: Premi UnipolSai includono portafoglio ceduto ad Allianz
Fonte: Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation

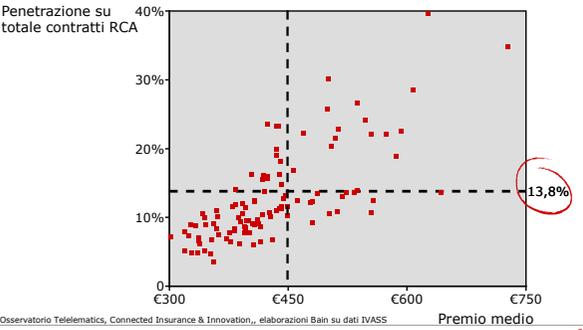


Nel 2013 abbiamo creato l'Osservatorio Bain sui motor telematics focalizzando il nostro effort e POV sul tema...

BENCHMARKING

La penetrazione dei telematics ha raggiunto il 14%, con punte sopra il 30% in alcune provincie

PENETRAZIONE TELEMATICS PER PROVINCIA H1 '15



Fonte: Osservatorio Telematics, Connected Insurance & Innovation, elaborazioni Bain su dati IVASS



- Km percorso
- Km nei giorni festivi
- Km durante la notte (22-6)
- Km su strade urbane
- Accelerazioni, Frenate, Curve
- Area web dove monitorare stile di guida e ricevere suggerimenti
- Sconto al rinnovo della polizza per l'anno successivo, in base al comportamento di guida registrato



Fonte: analisi Bain; presentatori delle compagnie (profilo: dDonne + Fiat Panda 1.3)

SCOUTING INNOVAZIONI

In US si stanno diffondendo offerte retail basate sui telematics, ecosistemi basati su un hardware e un aperti a terze parti, tra cui è comparso il primo aggregator assicurativo telematics based

La strategia di Mojio si basa sulla creazione di un ecosistema di singole app che sfruttano le informazioni raccolte

List-Group">

- PAYD: ridurre il chilometraggio percorso, ridurre il costo della polizza auto
- 3 polizze a kilometraggio standard: 6K, 8K o 10K miglia (miglia aggiuntive possono essere comprate in bundle)
- PHVD: black box che monitora lo stile di guida del cliente (chilometraggio, velocità, accelerazione,...)
- I clienti più avversi al rischio possono guadagnare fino a 100 miglia bonus al mese e risparmiare al rinnovo del contratto
- Vendute circa 300.000 polizze dal lancio a metà 2010

Figure">

18%

List-Group">

- Cornetti e deviazioni brusche
- Velocità
- Kilometri percorsi
- Possibilità di monitorare il proprio punteggio e i propri dati di performance su un portale web e attraverso app

Invio settimanale al cliente di un report sulle performance di guida, che comprende una stima del premio del mese in corso

Figure">

10% di sconto aggiuntivo per clienti con performance su 1.500 km/mese

List-Group">

- Lavoro/azione parcheggio del veicolo
- Alert viaggio strada dove il veicolo è parcheggiato
- Incentivo economico assicurativo in caso di emergenza (pedonale gratis)

Approccio che rende il prodotto attrattivo per chi ha determinati comportamenti, indirizza il cliente coinvolgendolo in un percorso di continuo miglioramento e premia i risultati con cashback della spesa carburante

...diventando un punto di riferimento a livello internazionale

PUBBLICAZIONI

Il prezzo è giusto, con la blackbox
Uno degli aspetti più conosciuti delle soluzioni telematics è la possibilità di inserire tra i parametri della tariffa RC auto le informazioni registrate dalla scatola nera

Un mondo di servizi dischiuso dalla blackbox
Gli sforzi delle compagnie sempre più si stanno focalizzando sull'introduzione di servizi, che sfruttano la tecnologia telematics, da associare alla polizza auto

LA SELEZIONE DEL RISCHIO
In quest'area ricadono tutti quegli approcci che consentono una selezione del rischio in fase di acquisizione di un nuovo cliente o di rinnovo della polizza: soluzioni, da un lato, volte a sfruttare la capacità di auto-selezione e di dissuasione di comportamenti rischiosi che caratterizzano un prodotto basato sull'installazione di un box per il monitoraggio dei comportamenti e la ricostruzione della dinamica dei sinistri; e, dall'altro lato, volte ad integrare le variabili statiche tradizionalmente usate con un set di informazioni telematics raccolte per un periodo di tempo limitato unicamente per supportare la fase di underwriting.

RETENTION POST SINISTRO
Un interessante esempio innovativo di utilizzo dei telematics per la selezione del rischio è Sofeco Rewind, del gruppo statunitense Liberty Mutual. In questo caso l'approccio basato sul box è stato utilizzato per affrontare il tema della retention dei clienti post sinistro, che al rinnovo si trovano con un innalzamento del premio. La compagnia offre ai clienti che hanno avuto un sinistro la possibilità di installare temporaneamente un device auto installante che rileva lo stile di guida: al rinnovo il cliente restituisce il box e, se il comportamento rilevato è stato prudente, l'incremento del premio è limitato o addirittura assente nonostante il sinistro.

Matteo Carbone, manager di Bain & Company

INSURANCE THOUGHT LEADERSHIP.COM
welcome to the conversation

HOME::THOUGHT LEADERS:: Matteo Carbone

Matteo Carbone is currently working in Bain Financial Services practice and has spent most of his time advising many of the primary players on the Italian market. Carbone is recognized by the client and team as an expert on key issues and emerging trends in the insurance and wealth management sector.

Recent Articles by Matteo Carbone

- The Future of Telematics in Italy**
The black box used for telematics makes it possible for insurers to enrich their auto insurance value proposition by adding services built upon data. These services represent a way of de-commoditizing the car insurance policy and are also a source of income. In the medium/long term, such services will become more and more important as [...]
- Telematics: Now a Movie, 'Not' 'Snapshot'**
The traditional underwriting of an auto policy is based on a snapshot of certain static variables that belong to the client and his vehicle – the impact and weight on the pricing is determined by the analysis of the claims historical series of the company – and the renewal comes after taking the same type of [...]
- 5 Value Levers for Auto Telematics**
Telematics could be one of the most relevant digital innovations in the insurance industry, directly affecting results. Worldwide diffusion of telematics-based motor insurance policies is currently at an early stage, but the best practices achieved levels of penetration higher than 20% of the motor portfolio. The diffusion is growing fast, with well-recognized benefits for the [...]

CONFERENZE

CONNECTED AUTOMOBILES 2015
MENZA 29-30 OCTOBER 2015

ABOUT CONFERENCE HACKATHON NET

SPEAKERS LIST

- Leandro Agrò, Digital Product Director, Design Group Italia
- Marco Bicchieri Pichi, Managing Director, Symbid Italia
- Jörg Brakensiek, Chief Architect, Car Connectivity Consortium/Mirrorlink
- Michael Callas, CEO, East London Ventures
- Matteo Carbone, Principal, Bain & Company
- Massimo Cavazzini, EMEA Product Planning and Strategy – Head of Connected Car, F
- Cristina Cipriani, Product Marketing Manager, Novero
- Max Croot, IOT Client Director, KPN
- Alexander Decker, Innovation & Special Projects Manager, T-Systems Austria
- Ken Forster, Managing Partner, Momenta Partners
- Andrea Giacomelli, free-lance GIS Engineer, Pibinko.org
- Jeremy Green, Principal Analyst, Machina Research
- Brian Johnson, Senior Analyst, Barclays

Insurance Telematics Europe 2015
14th-15th April | Park Plaza Victoria London, UK

HOME AGENDA SPEAKERS ATTENDEES SPONSORS & EXHIBITORS FIND OUT ABOUT 2015

Matteo Carbone
Manager
Bain & Company
Telematics – Rocket Fuel for Claims
[+ View Bio](#)

Tony Lovick
UBI Actuary
Towers Watson
Smartphones & UBI - It's a Tough Call
[+ View Bio](#)

TELEMATICS FOR USAGE-BASED INSURANCE

09:35 Strategy to achieve the motor telematics full potential

- Insurance telematics business models and the evolution of connected car ecosystem
- Mainstream adoption of telematics: lessons learned in Italy through a penetration at 15% of motor business
- Five levers to maximize the ROI for the insurance Company
- International best practices

Matteo Carbone
Principal
Bain & Company, Italy

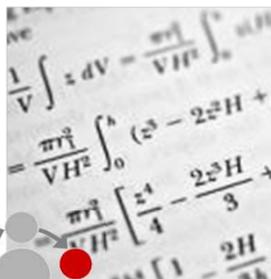
Crediamo che l'esperienza di successo fatta dal mercato italiano sul motor telematics possa essere replicata sulle **altre business line**

Leve di creazione di valore

Selezione del rischio



Pricing risk-based



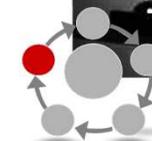
Servizi a valore aggiunto



Loss Control



Loyalty e indirizzo dei comportamenti



Aree prodotto



Auto...



ma anche **Casa** ...



Salute ...



Rischi aziendali

Vogliamo migliorare l'Osservatorio Telelematics, Connected Insurance & Innovation **coinvolgendo gli stakeholder del settore...**



Fondazione
Altgamma

Chi è?



...è un'**organizzazione** che **supporta il Business del Lusso Italiano** al fine di **consolidarne il successo a livello internazionale**

... è l'unica associazione in cui i 50 soci hanno la **possibilità di scambiare idee ed esperienze, eseguire confronti a livello settoriale o cross** in termini di opportunità di business e modalità di sviluppo

*Cosa
facciamo
insieme?*



...Bain ha realizzato per conto di Altgamma il primo **osservatorio internazionale sui mercati del lusso**

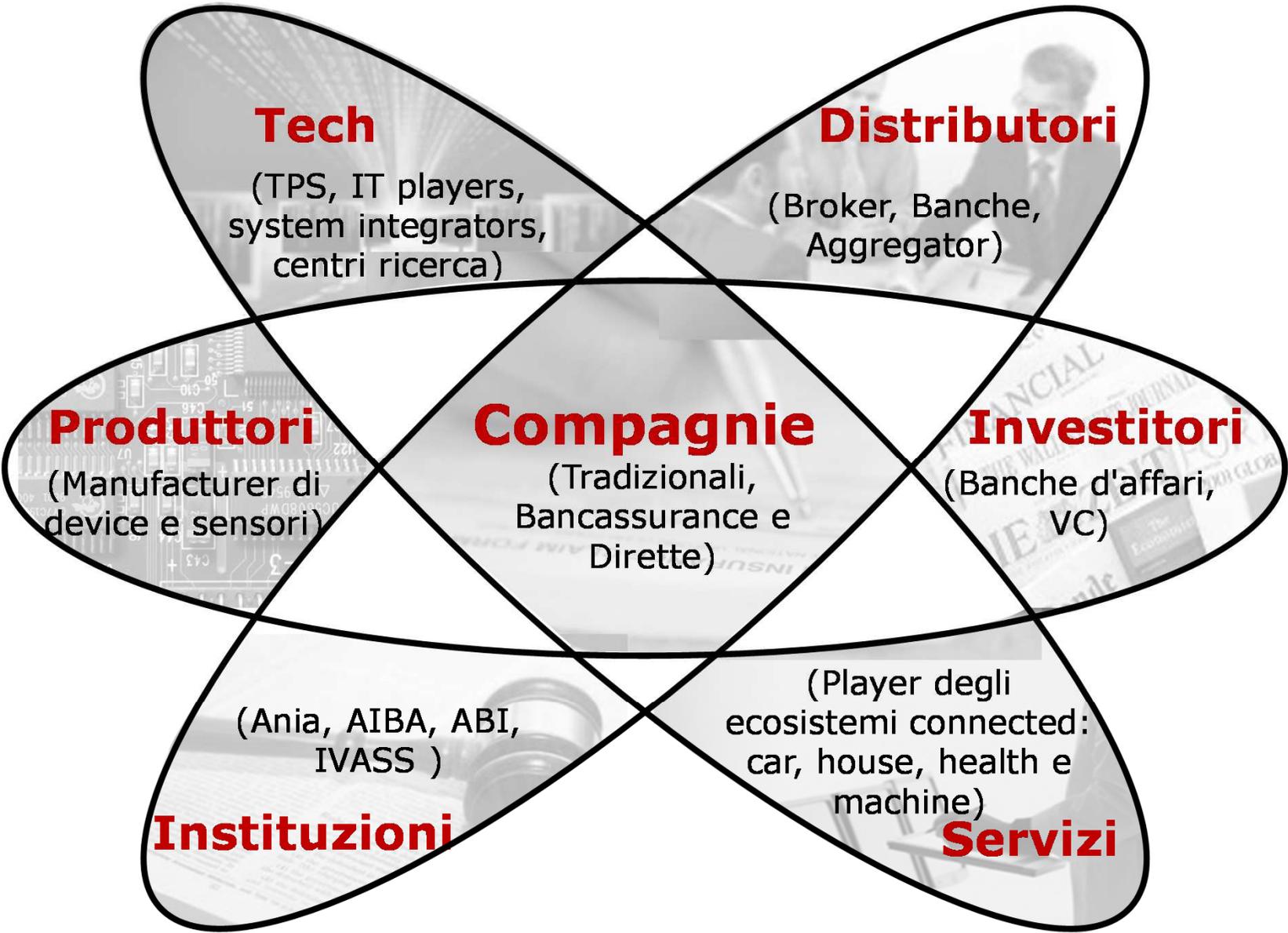
...**La partecipazione dei più di 50 Soci di Altgamma che forniscono dati** rigorosamente in forma anonima (Bain con il ruolo di "clearing house") permette di offrire **ai Soci una "vista" di sistema sui trend, gli aspetti competitivi**

...L'Osservatorio stimola i Soci nella creazione di una **cultura per l'eccellenza** nel settore luxury-fashion Italiano

...come facciamo da anni nel lusso con **l'Osservatorio Altgamma**



Vogliamo aggregare all'iniziativa le Compagnie e tutti gli stakeholder interessati a partecipare a questo nuovo paradigma



Apertura dell'Osservatorio agli stakeholder del Connected Insurance mirato a un nuovo approccio di ricerca e di confronto guidato da Bain

Contenuti dell'Osservatorio

1. Raccolta **evidenze quantitative** sul comparto del connected insurance nel mercato italiano
2. **Ricerche sui consumatori** e attività mirata di **mystery shopping** delle offerte
3. Analisi delle best practice con **benchmark** del mercato italiano e **scouting delle innovazioni** internazionali
4. **Tre momenti** nel corso dell'anno **di confronto collegiale** con tutti gli Stakeholder partecipanti all'Osservatorio per lo scambio di idee ed esperienze sul connected insurance
5. **Incontri individuali con ciascuna Compagnia** di deep dive sui temi dell'Osservatorio

Obiettivi



Razionalizzare la **conoscenza** quali-quantitativa del Connected Insurance in Italia



Dare una **lettura critica** dei **trend chiave** e diffondere la **cultura dell'innovazione**



Stimolare il **confronto tra gli stakeholder** sulle sfide chiave che accomunano tutto il settore e possono essere oggetto di riflessioni di sistema

Contatti

Matteo Carbone
+39 334 6220 378
matteo.carbone@bain.it