

## Un assicurato sempre più digitale

**Autore: Margherita Gnech, Studio legale Osborne Clarke**

27/04/2018

<https://www.insurancetrade.it/insurance/contenuti/osservatori/8101/un-assicurato-sempre-piu-digitale>

L'introduzione della direttiva Idd rende necessario conoscere meglio la persona a cui ci si rivolge per proporre un prodotto che possa comprendere e apprezzare. Ma è tutto il rapporto con il cliente che va personalizzato, e in questo le chatbot possono essere un utile mezzo



Il mercato della fornitura di beni e servizi sta vivendo anni di particolare innovazione grazie alla cosiddetta digital disruption, che ha causato una vera e propria rivoluzione del mondo della distribuzione dei prodotti. In particolare, la rivoluzione digitale ha interessato anche il settore delle assicurazioni con la trasformazione dei processi di vendita e di gestione della relazione con il cliente, al fine di rendere ogni cosa maggiormente customer oriented.

Sotto questo profilo, in ambito assicurativo la tecnologia potrebbe essere di ausilio alla realizzazione degli obiettivi fissati dalla *Insurance distribution directive* (Direttiva UE 2016/97 - **Idd**), pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 2 febbraio 2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 gennaio 2016, che avrebbe dovuto essere applicata dagli stati membri entro il 23 febbraio 2018, termine poi postposto al 1° ottobre 2018 (il decreto di recepimento in Italia deve ancora essere adottato). Il 21 febbraio 2018 il governo ha trasmesso al parlamento italiano lo schema di decreto per l'attuazione della direttiva.

### **Una direttiva che riguarda tutti i distributori**

La direttiva Idd si applica a tutti i soggetti che a vario titolo concorrono alla vendita di prodotti assicurativi e, quindi, non solo alle imprese di assicurazione e agli intermediari assicurativi, ma anche a coloro che svolgono attività di distribuzione in via accessoria rispetto all'attività principale, nonché ai soggetti che gestiscono siti internet di comparazione quando questi consentano di "stipulare direttamente o indirettamente un contratto di assicurazione" (art. 2 della Idd). In particolare, la Idd dovrebbe applicarsi ai soggetti la cui attività consiste nel fornire informazioni su uno o più contratti di assicurazione in risposta a criteri selezionati dal cliente per il tramite di un sito internet o altri mezzi. Obiettivo della Idd è di garantire la coerenza tra il prodotto assicurativo e l'evoluzione delle esigenze dei clienti, nonché di riuscire a creare sempre più dei prodotti in base ai bisogni della clientela target: in tale contesto, assume un ruolo fondamentale il distributore, cui è demandato il compito di specificare, ai sensi dell'art. 20 della direttiva, previamente alla conclusione di un contratto di assicurazione, "basandosi sulle informazioni ottenute dal cliente, le richieste e le esigenze di tale cliente e gli fornisce informazioni oggettive sul prodotto assicurativo in una forma comprensibile al fine di consentirgli di prendere una decisione informata".

### **È richiesto di conoscere il cliente**

Pertanto, alla luce di questo nuovo scenario, le informazioni relative al cliente costituiranno sempre di più un elemento di rilevante importanza.

In questo senso, la direttiva prevede due nuovi distinti documenti: (i) la "raccomandazione personalizzata", volta a individuare specificamente le ragioni per cui un determinato prodotto sarebbe più indicato (rispetto ad altri) a soddisfare le esigenze del cliente finale e, (ii) un documento informativo standardizzato chiaro, sintetico, comprensibile

e preciso e che contiene informazioni di base analoghe a quelle oggi contenute nella nota informativa di cui al Regolamento Ivass 35/2010. Infatti, l'art. 8 di tale regolamento prevede che "la nota informativa contiene le informazioni, diverse da quelle pubblicitarie, necessarie affinché il contraente e l'assicurato possano pervenire a un fondato giudizio sui diritti e gli obblighi contrattuali". Tali informazioni, ora presenti nel documento informativo, dovranno riportare: le informazioni sul tipo di assicurazione; una sintesi della copertura assicurativa; le modalità e la durata di pagamento dei premi; le principali esclusioni per le quali non è possibile presentare una richiesta di risarcimento; gli obblighi all'inizio del contratto, nel corso della sua durata; gli obblighi in caso di presentazione di una richiesta di risarcimento; le condizioni del contratto, inclusa la data di inizio e di fine; le modalità di scioglimento del contratto. L'unica eccezione sarà quella relativa alle attività legate alle assicurazioni dei grandi rischi, espressamente esonerate dal dover fornire le predette informazioni ai sensi del successivo art. 22 della direttiva.

#### **La chatbot applicata all'Idd**

Alla luce di quanto dettato dalla Idd, sarebbe possibile immaginare una digitalizzazione di questo sistema? Come detto, alla base della rivoluzione tecnologica vi è lo sviluppo di tecnologie sempre più in grado di sostituire gli esseri umani durante la fornitura di servizi ai clienti finali. Stiamo parlando di software informatici evoluti e di specifici algoritmi di programmazione in grado di comprendere il linguaggio naturale dell'interlocutore, svolgere le attività richieste e rispondere alle domande. Questa tecnologia, che esegue il potenziale ruolo di addetto virtuale al servizio clienti, è la cosiddetta chatbot.

Un bot è un programma informatico in grado di interagire e comunicare con l'essere umano attraverso un dispositivo fisico, come ad esempio il nostro pc o il cellulare. Esso si posiziona come utile supporto per le imprese di assicurazione potendo riconoscere e ricordare le preferenze dei clienti delle assicurazioni stesse, instaurando un rapporto fiduciario 24 ore su 24 con gli assicurati. Risulterebbe pertanto efficiente, per esempio, nell'assistenza post vendita e, in particolare, nella gestione dei reclami per sostituire i poco remunerativi call center che sono necessariamente meno efficienti di un software capace di registrare qualsiasi informazione in tempo reale evitando perdite di dati.

#### **L'utile funzione del monitoraggio**

Sotto questo profilo, in ambito assicurativo la tecnologia bot può rappresentare un valido strumento per la realizzazione degli obiettivi fissati dalla direttiva Idd, laddove il chatbot sia in grado di comunicare al cliente, prima della stipulazione del contratto, tutte le informazioni precontrattuali ivi stabilite. La vera sfida sarà quella di capire se e come la chatbot sia uno strumento in linea con il disposto di cui all'art. 20 della Idd. Infatti, se è vero che le chatbot sembrerebbero essere una valida ed efficace alternativa all'assicuratore umano, aumentando la qualità del servizio e riducendo i costi di supporto, è pur tuttavia fondamentale che la tecnologia sia in grado prima che il cliente sottoscriva alcun tipo di polizza, di fornire tutti gli elementi affinché il cliente possa firmare, a titolo di esempio, particolari informazioni quali l'identità, l'indirizzo e lo status del soggetto che vende il prodotto assicurativo, il registro in cui è iscritto e i mezzi esperibili per verificare che sia effettivamente registrato ecc. Inoltre, un secondo profilo utile della chatbot è il monitoraggio continuo del comportamento degli utenti. Le assicurazioni potranno in tal modo costruire prodotti dinamici che di volta in volta potrebbero differenziarsi per prezzo e condizioni, a seconda del singolo utente e delle sue preferenze. Ciò chiaramente dietro predisposizione al cliente stesso di una apposita e idonea informativa sul trattamento dei dati personali e su come tali dati possano essere utilizzati al fine di profilare il cliente stesso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

---

Insurance Trade

**Direttore Responsabile Maria Rosa Alaggio**

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46 del 27/01/2012

© 2015 - Insurance Connect s.r.l. P.IVA: 07584900968 – REA MI 1969249 - ISSN 2385-2577

Via Montepulciano, 21 20124 Milano - Tel. 02.36768000 - Fax 02.36768004