

La Mobilità che Vive di Dati

Come i dati stanno trasformando l'ecosistema assicurativo: dalla "coopetition" alla tariffazione comportamentale.

Milano, 16 settembre 2026 – Al Bianca Maria Palace Hotel di Milano è andata in scena la seconda edizione di **"La Mobilità Data-Driven"**, organizzata da **Insurance Connect con OCTO**. Un evento cruciale in cui assicuratori, tech company e provider di servizi hanno tracciato la rotta per il futuro: il passaggio dalla mera raccolta dei dati alla creazione di valore tangibile per l'utente e per l'ecosistema.

Recap dell'evento e dei relatori

Il programma si è aperto con la registrazione e i saluti introduttivi di Maria Rosa Alaggio e di Corrado Sciolla, CEO di OCTO Group; è seguita la keynote di Maurizio Brioschi, Chief Strategy Officer di Cefriel, sulla trasformazione data-driven.

La prima tavola rotonda, **"Come far evolvere il sistema della mobilità: esperienze a confronto"**, moderata dalla stessa Alaggio, ha riunito Massimiliano Mascoli (Head of Insurtech, Sara Assicurazioni), Alberto Busetto (amministratore delegato, Generali Jeniot), Riccardo Gili (Head of Claims Anti Fraud, Axa Italia), lo stesso Corrado Sciolla (CEO OCTO) e Aldo De Finis (Strategy Director, Ayvens).

La seconda tavola rotonda, **"Dati e creazione di valore per il mondo della mobilità: efficienza, sicurezza, riduzione dei costi e centralità del cliente"**, sempre moderata da Alaggio, ha visto confrontarsi Luigi Baccaro (direttore Sinistri, Sara Assicurazioni), Mariangela Grieco (Head of Actuary P&C, Axa Italia), Massimo Toffetti (direttore tecnico Danni, Crédit Agricole Assicurazioni), Eugenio Lamberti (SVP Sales Leader Italy, OCTO), Stefano Bottoni (project manager Transformation, Ayvens) e Valentina Ripanti (direttrice Auto, Italiana Assicurazioni).

L'Era della "Coopetition" e la Governance del Dato

Il filo conduttore della giornata, lanciato da **Corrado Sciolla** (OCTO) e approfondito da **Maurizio Brioschi** (Cefriel), è racchiuso in un neologismo strategico: coopetition. In un ecosistema complesso e frammentato, gli attori devono cooperare e competere simultaneamente. I dati non sono più un dominio esclusivo da custodire in compartimenti stagni, ma "mattoncini" fondamentali per costruire servizi condivisi. La vera sfida, oggi, non è possedere il dato bruto, ma governarlo, renderlo interoperabile e trasformarlo in un asset capace di generare fiducia. Tutto questo, navigando eticamente nel rispetto del Data Act europeo e delle nuove regole sull'Intelligenza Artificiale.

Da Veicolo Connesso ad Assicurato Connesso

La prima tavola rotonda, moderata da **Maria Rosa Alaggio**, ha evidenziato il passaggio verso una mobilità sempre più connessa, nella quale i dati devono tradursi in servizi utili, leciti e sostenibili.

Alberto Busetto ha sottolineato la necessità di ripensare i prodotti assicurativi come servizi alimentati da flussi bidirezionali di informazioni, governando anche fornitori tecnologici, compliance e cybersicurezza. **Riccardo Gili** di AXA Italia ha parlato di “assicurato connesso”: le informazioni provenienti da veicoli e smartphone permettono di passare da un modello reattivo a uno proattivo, come dimostra il servizio “Caring Angel”, che rileva il sinistro, ricostruisce gli istanti precedenti e contatta direttamente il cliente. **Massimiliano Mascoli** di Sara Assicurazioni ha posto l’accento sulla prevenzione, sull’integrazione di dati telematici, comportamentali e meteorologici e sulla costruzione di ecosistemi di Mobility as a Service. La collaborazione con OCTO consente inoltre di sviluppare modelli predittivi e servizi come “GuidoBene”, mentre il Data Act rafforza la necessità di rendere i dati accessibili al cliente fin dalla progettazione. In linea con il principio richiamato da Brioschi, la collaborazione tra attori diversi deve generare maggiore valore per l’intero ecosistema.

Corrado Sciolla, CEO di OCTO, ha illustrato come i dati telematici relativi all’evento possano fornire alle compagnie elementi utili per verificare l’accadimento di un incidente, ricostruirne la dinamica e valutarne la gravità. Queste informazioni, integrate con ulteriori strumenti di analisi del danno, possono supportare anche la valutazione dei costi di riparazione e ridurre i tempi di gestione e di decisione. I dati stradali, atmosferici e relativi al comportamento di guida contribuiscono invece ad arricchire la conoscenza del rischio e a sviluppare attività di prevenzione. La governance consiste nel rendere interpretabili queste diverse fonti e trasformarle in informazioni utilizzabili nei processi assicurativi, compreso il contrasto alle frodi.

Aldo De Finis di Ayvens ha infine ricordato che la tecnologia deve essere un mezzo al servizio del cliente, illustrando un approccio concreto alla mobilità sostenibile basato su sicurezza, seconda vita dei veicoli e consulenza sulla transizione all’elettrico.

Il Pricing Comportamentale: Dal Prezzo al Valore

La seconda tavola rotonda ha mostrato come il valore dei dati non risieda soltanto nella definizione del prezzo, ma nella capacità di trasformarli in servizi concreti. **Mariangela Grieco** di AXA Italia ha spiegato che il pricing assicurativo, non è più una semplice riduzione tariffaria ma un vero servizio evoluto, che si affina anche grazie alla geolocalizzazione. Per il cliente, però, precisa Grieco, conta di più il servizio della sofisticazione dello sconto in sé, come gli alert meteorologici o altri servizi basati sulla posizione, percepiti come più utili del semplice risparmio. Ha inoltre evidenziato il valore dei dati generati dai veicoli più recenti per comprendere abitudini e bisogni dei clienti, indicando nell’integrazione delle diverse fonti una delle principali sfide dei prossimi anni. Sul fronte dell’intelligenza artificiale, ha invitato a concentrarsi sulle attività che potranno essere delegate alla tecnologia. **Luigi Baccaro** di Sara Assicurazioni ha posto l’accento su un’assistenza proattiva non esclusivamente digitale attivata fin dal momento del sinistro. Ha inoltre illustrato l’utilizzo di “Detector”, strumento interno basato su intelligenza artificiale e machine learning per individuare concentrazioni anomale di

sinistri o possibili frodi. Per superare la frammentazione, ha richiamato la necessità di trasformare i silos informativi in un ecosistema. Sara realizza survey periodiche sul gradimento dei clienti, e sulla scatola nera realizzata con OCTO registra un punteggio di gradimento superiore a 9 su 10— un risultato che, per Baccaro, conferma la direzione intrapresa nella gestione dei dati, tradotti in servizi che i clienti apprezzano concretamente. **Valentina Ripanti** di Italiana Assicurazioni ha sottolineato che il dato non deve servire soltanto a determinare il prezzo, ma a generare valore per compagnia, distributori e clienti. Questo richiede investimenti, partnership di lungo periodo per normalizzare fonti eterogenee e persone capaci di interpretare correttamente le informazioni. Tra gli esempi citati, il crash report permette di ridurre tempi e costi nella ricostruzione degli incidenti e di attivare rapidamente i soccorsi. La telematica consente inoltre di passare da tariffe definite per categoria a prezzi maggiormente calibrati sui comportamenti individuali, favorendo la fidelizzazione senza ricorrere a sconti indiscriminati. **Massimo Toffetti**, direttore tecnico Danni di Crédit Agricole Assicurazioni, ha illustrato lo scambio di dati e scoring tra banca e assicurazione, ricordando però che i clienti della banca restano prospect per la compagnia. Ha descritto lo scoring come un’evoluzione della scatola nera, utile a integrare informazioni su come e dove si guida e a sostenere la prevenzione del rischio. Ha inoltre richiamato lo sviluppo di applicazioni per moto, furti e polizze parametriche contro la grandine, insieme alle questioni ancora aperte dal Data Act sull’accesso ai dati delle auto connesse. In un contesto sempre più complesso, ha sottolineato la necessità di modelli comprensibili e spiegabili anche a manager, filiali e clienti. **Stefano Bottoni** di Ayvens ha spiegato come la telematica, inizialmente utilizzata soprattutto per sinistri e furti, venga progressivamente estesa a nuovi servizi, tra cui gli alert meteo tramite SMS, alla riduzione dei fermi veicolo, al car sharing e alla gestione delle flotte condivise. L’obiettivo è individuare casi d’uso concreti che garantiscano una mobilità continua e sicura e producano vantaggi per tutte le parti coinvolte. **Eugenio Lamberti**, SVP Sales Leader Italy di OCTO, ha infine evidenziato come settori differenti presentino spesso esigenze comuni. Il valore non deriva dalla semplice disponibilità del dato, ma dalla sua capacità di migliorare CRM, processi interni e servizi. La contaminazione tra competenze assicurative, automotive e noleggio diventa quindi essenziale, così come l’utilizzo della telematica in ambiti concreti quali l’antifrode.