

GUIDA 2019 ALLA SICUREZZA

www.guidallasicurezza.it

Ania
FONDAZIONE



A MORE CONNECTED WORLD
FOR SAFER MOBILITY



INSURTECH | SMART CONNECT | IOT SOLUTIONS



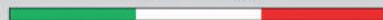
SE LA TUA AUTO
VA A RUBA,



CI VUOLE
VIASAT!
L'ANTIFURTO SATELLITARE



First in Safety, Security and Services



www.viasatonline.it



3 Non c'è Internet of Things senza le persone
Francesco Signor, VIASAT GROUP

4 Così l'Internet of Companies ci aiuterà a crescere
Domenico Petrone, VIASAT GROUP

6 Al via il progetto Plate Check
Umberto Guidoni, FONDAZIONE ANIA

8 I trend tecnologici e la presenza Viasat Group
Marco Petrone, VIASAT GROUP



10 Un mondo di dati
Massimo Getto e Marco Laugero, VIASAT GROUP

12 Assicuriamo la tua protezione
Valerio Gridelli, VIASAT

15 La prevenzione per il cliente? Totale!
Paolo Ravicchio, VIASAT

16 Dalla Scatola Nera al cliente connesso
Federico Scotti e Claudio Fortunati, MBS CONSULTING



18 Non è solo una questione di prezzo
Carlo Alberto Minasi, ERNST & YOUNG

20 Keep It simple
Davide Devietti Goggia, REALE MUTUA

22 Scatole nere? C'è bisogno di uno scatto
Oscar Foti, AMISSIMA ASSICURAZIONI



23 AutoService Box: ancora più sicurezza con "bimbi a bordo"
Silvia Camillo, ASSIMOCO

24 La sfida è il Real Time Analytics
Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, POLITECNICO MILANO

26 La mobilità di domani: l'occasione dei pums
Mario Bellotti, VIASAT GROUP

28 Noleggio superstar, numeri da record
Pietro Teofilatto, ANIASA

30 Investimenti 4.0 e leasing connubio vincente
Enrico Duranti, ASSILEA

32 I nuovi sviluppi nell'ecosistema dell'auto connessa
Sergio Tusa, TSP ASSOCIATION



34 Sicurezza stradale: il ruolo della tecnologia
Roberto Sgalla, POLIZIA DI STATO

36 Abbiamo dato assistenza ad oltre 2 milioni di persone
Nicodemo Magliocca, VIASAT

38 La rivoluzione digitale e la nascita del dealer 4.0
Alessandro Cavallo, KAIROS-SYSTEM

39 Viasat Dealer Portal: l'officina del futuro
Francesca Prisco, VIASAT

40 Progetto STEVE testa la mobilità elettrica
Marco Annoni, VEM SOLUTIONS



44 Metti in moto la sicurezza
Andrea Dell'Orto, ANCMMA e EICMA



46 La bici di domani? Elettrica, connessa, sicura
Paolo Franchi, BRN

Via Aosta, 23 - 10078 Venaria (TO) - Italy
Tel. +39 011.4560201 - Fax +39 011.4240428
www.viasatonline.it - comunicazione@viasatgroup.it

SEGUICI SU

Redazione, grafica e impaginazione
www.speed-press.it

Finito di stampare, Maggio 2019

Testata registrata presso il Tribunale Ordinario di Ivrea n. 2 del 15/02/2016

Proprietario ed Editore Viasat Group S.p.A.
Direttore Responsabile: Francesco Signor
Stampa: AS-PRINT S.r.l. di Leini (To)

Copyright 2019 Viasat Group S.p.A.
È vietata la riproduzione, totale o parziale del contenuto della pubblicazione senza l'autorizzazione preventiva della Società.

PROTEGGI CIÒ CHE AMI

www.viasatonline.it



First in Safety, Security and Services



VIASATLOCK

Localizzatore personale portatile GPS + 3G + APP



Non c'è Internet of Things senza le persone (*There's no Internet of Things without people*)

Quando parliamo di Internet of Things, in realtà ci stiamo riferendo a una gamma piuttosto variegata di possibili applicazioni che spazia da ambiti di business fino ad arrivare alla nostra esperienza quotidiana anche in casa. Di fatto non è altro che un'evoluzione della nostra vita connessa, iniziata con la telefonia mobile. Tanto per intenderci, bisogna ritornare al 1994 per individuare il primo vero progenitore degli attuali smartphone. Stiamo parlando dell'IBM Simon Personal Communicator, un dispositivo mobile che pesava la bellezza di mezzo chilo e permetteva di gestire email, calendario, fax con uno schermo touch a cristalli liquidi verdi e pennino. Si potevano anche effettuare delle chiamate vocali su rete cellulare. Esattamente venti anni prima, siamo nel 1974, nasceva la Elem (oggi VEM Solutions), fondata dal Presidente Domenico Petrone, prima pietra miliare del Gruppo Viasat che, a distanza di 45 anni, è presente in 11 paesi con 18 società e oltre 700 dipendenti (al 31/12/2018). Un'impresa tecnologica che ha sempre saputo coniugare l'innovazione con il saper fare delle persone e che, tra i suoi tanti clienti, ha annoverato anche l'IBM, tanto per chiudere un ideale cerchio. Nel frattempo l'evoluzione della comunicazione mobile e dei cosiddetti servizi basati sulla localizzazione non ha subito rallentamenti, sostenuta dalla smania di comunicare delle persone in ogni momento e in ogni luogo. In un certo senso, anche la storia del Gruppo Viasat ha vissuto la medesima trasformazione evolutiva. Prima l'elettronica, da quella per l'automazione industriale a quella informatica, per le telecomunicazioni e l'automotive, poi la telematica satellitare e, oggi, l'Internet of Things e i Big Data. Un patrimonio di esperienze e di conoscenze accumulate nel corso degli anni che compongono un quadro di sviluppo virtuoso, retto sulla trama di una geniale curiosità del tutto umana. Se c'è una lezione da imparare in questa storia imprenditoriale, credo sia proprio quella che la tecnologia non può prescindere dal ruolo che le persone hanno e avranno nel futuro in questo ecosistema iperconnesso. Del resto la capacità di cambiamento e di adattamento all'evoluzione del mercato è stato uno dei segreti del successo di Viasat Group, prima in Italia e poi a livello paneuropeo. Una visione e un approccio all'innovazione che ben si adatta a un mondo sempre più interdipendente e in mobilità sostenibile su smart road e all'interno di smart city con ogni sorta di veicolo connesso, fino alla porta della propria casa, gestita con soluzioni intelligenti per il controllo, il monitoraggio e l'automazione delle funzioni domestiche. La tecnologia rende tutto questo possibile, probabilmente anche oltre la nostra attuale immaginazione, ma non può prescindere dall'uomo. Se gli oggetti comunicheranno, lo faranno perché le persone ne trarranno un beneficio concreto o presunto tale, diversamente resterà un bell'esercizio di intelligenza artificiosa.

The topic of the Internet of Things is actually referred to a rather varied range of possible applications ranging from business areas up to our daily use at home. In fact, it is nothing more than an evolution of our connected life, started with mobile telephony. Just to be clear, we need to go back to 1994 to identify the first true progenitor of current smartphones. It was IBM Simon Personal Communicator, a mobile device that weighed half a kilo and allowed to manage emails, calendar, fax with a green liquid crystal touch screen and a stylus. Voice calls could also be made from the cellular network. Exactly twenty years before, in 1974, Elem (today VEM Solutions), was founded by the President Domenico Petrone; the first milestone of the Viasat Group which, after 45 years, is based in 11 countries with 18 companies and over 700 employees (at 31/12/2018). A technological company that has always been able to combine innovation with the know-how of people and that, among its many customers, has also included IBM, just to close an ideal circle. Meanwhile, the evolution of mobile communication and so-called location-based services has not been slowing down, supported by people's desire to communicate at any time and in any place. In a sense, even the history of the Viasat Group has experienced the same transformation. Electronics first, from industrial automation to information technology for telecommunications and automotive, then satellite telematics and, today, the Internet of Things and Big Data. An asset of experiences and knowledge built up over the years, making up a framework of virtuous development, based on the story of genuinely human curiosity. If there is a lesson to be learned in this entrepreneurial story, I believe that is exactly the fact that technology cannot disregard the role that people have and will have in the future in this hyper-connected ecosystem. Moreover, the ability to change and adapt to the evolution of the market has been one of the secrets of the success of the Viasat Group in Italy and, then, at pan-European level. A vision and an approach to innovation that is well suited to an increasingly interdependent and sustainable mobility world of smart roads and smart cities, with all sorts of connected vehicles, right up to our homes with intelligent solutions for the control, monitoring and automation of all domestic functions. Technology makes everything possible, maybe even beyond our imagination, but it could not exist without humanity. If things communicate, they will do it because of a concrete or supposed benefit for people; otherwise it will remain a mere, beautiful exercise of artificial intelligence.



Francesco Signor

COSÌ L'INTERNET OF COMPANIES CI AIUTERÀ A CRESCERE

Intervista con **Domenico Petrone**
Presidente VIASAT GROUP



La disponibilità di un numero sempre più elevato di auto connesse in circolazione sarà il driver per la nascita di nuovi mercati: si stima che le vendite ai consumatori di servizi evoluti, abilitati dalla disponibilità dei connected car Big Data, arriveranno a un valore di 49,2 miliardi di dollari già nel 2022. La prospettiva è affascinante, il futuro tutto da scrivere.

Presidente, se le auto potessero parlare...

È vero, non parlano, ma è come se lo facessero. Quelle con capacità di connessione, infatti, forniscono un flusso regolare di dati che riguardano il veicolo, il motore, lo stile di guida e le condizioni ambientali. Attribuire un significato a questa

ingente quantità di dati, generati a una velocità incredibile, non è certo un compito facile, ma è la vera forza di Viasat: quella di fornire - tramite algoritmi proprietari - servizi a valore aggiunto, attraverso la trasformazione dei dati (raccolti mediante i dispositivi satellitari) in informazioni che vengono, a loro volta, semplificate attraverso un processo di elaborazione e rese fruibili al cliente finale.

I vantaggi per i soggetti interessati (compagnie assicurative, aziende di trasporto, concessionari, car rent, automobilisti e consumatori finali) sono notevoli.

Ci può far qualche esempio?

Si può garantire un supporto agli automobilisti, creando segnalazioni di allarme in caso di pericolo o fornendo indicazioni su come minimizzare i consumi, individuando la velocità ottimale. O semplicemente assicurando un servizio di assistenza, in tempo reale, per qualsiasi tipo di necessità. Un grande vantaggio sarà costituito dalla capacità di offrire tempestivamente servizi a valore aggiunto, come ad esempio offerte promozionali, in ottica di post-vendita, ai concessionari. E anche per le Compagnie che possono monitorare diversi parametri e tradurli in tariffe più dettagliate, personalizzabili e rimodulabili nel tempo.

Una bella soddisfazione per voi che eravate fino a non troppo tempo fa gli unici a parlare di telematica...

La telematica è stata ed è il motore di un processo rivoluzionario perché la disponibilità di dati sta realmente determinando un cam-

THE INTERNET OF COMPANIES WILL IMPROVE OUR BUSINESS

The increased availability of circulating smart and connected cars will be the driving factor for the creation of new markets: it is estimated that sales of new and advanced services dedicated to those consumers who already have access to connected vehicles will reach a value of 49,2 billion dollars as early as 2022. A fascinating perspective in a future to be written.

Mr Petrone, if only cars could speak...

That's true, they don't, but it's like they could. Connected cars, indeed, provide a continuous flow of information regarding vehicles, engines, driving style and weather conditions. It's not easy to manage and give meaning to such a huge and incredibly fast amount of data, but that's what we do in Viasat: to provide added-value services – with the help of proprietary algorithm- transforming those data that are collected by our satellite devices, and simplified and processed as well, into valuable information for our final customers. The results are promising for insurance and transport companies, car dealers and rentals, drivers and consumers.

Could you make some examples?

We could support drivers, generating alerts and warnings in case of danger and providing information related to fuel consumption optimization deriving from improved driving style. Or, simply, ensuring access to 24/7 assistance for necessities of any kind. Prompt added value services could also represent a significant benefit, like post sale special offers dedicated to dealers. Insurance companies could also tailor-make their offers on the basis of these data and propose personalized, detailed, and flexible solutions to their customers.

A great satisfaction for you: your Company was the only one that believed in the potential of telematics until recently.

Telematics is, and it has always been, a revolutionary process; data availability is resulting into a different cognitive approach and will encourage a new connection among data, people, and devices. The market of on board emergency devices, also known as

biamento di tipo cognitivo, permettendo la scoperta di nuove relazioni tra dati, persone e oggetti. Il mercato globale dei dispositivi di chiamata d'emergenza a bordo dei veicoli, noti anche come sistemi eCall. Nel quinquennio 2018-2022 è destinato a crescere, in termini di valore, a un tasso medio annuo del 19%. Il dato emerge dall'analisi del 'Global Automotive eCall Market 2018-2022'. Noi ci crediamo da sempre e lavoriamo quotidianamente per offrire sicurezza, protezione e assistenza, a quanti si mettano in strada con le auto, i mezzi da lavoro, ma anche le moto, le bici o semplicemente a piedi, utilizzando l'applicazione mobile Viasat appS. Tutto questo è una grande soddisfazione. Certamente abbiamo aperto la strada anche ad altre aziende che, sulla spinta innovativa di Viasat, hanno creato un loro business. Ma lo scenario della competizione è globale, quindi c'è spazio per tutti.

I Sistemi eCall sono entrati in vigore, ma sono obbligatori solo sulle auto di nuova omologazione. Che ne pensa?

Stiamo parlando di una tecnologia che Viasat utilizza da diversi anni. Dallo scorso marzo l'eCall è obbligatorio sui veicoli di nuova omologazione. Per tutti gli altri, c'è Viasat. Non è una battuta, ma la realtà dei fatti. L'allarme e la chiamata di emergenza automatiche, in caso di incidente sono servizi che gli automobilisti possono avere garantiti con i dispositivi, dotati di vivavoce per poter comunicare in tempo reale con la Centrale Operativa H24, della linea sosCall di Viasat. Le versioni più recenti dispongono anche della funzione Driving Safety Alert che fornisce informazioni predittive agli automobilisti sulla rischiosità potenziale delle diverse direttrici stradali, in funzione di una serie di fattori monitorati come traffico, limiti di velocità, condizioni ambientali e meteorologiche, strade pericolose (Red Point) e tratte ad alto rischio incidenti (BlackPoint ANIA/Viasat). Prevenire è meglio che rischiare, questa è la nostra filosofia.

Il futuro, dunque, è nei dati?

La capacità di lettura, analisi e comprensione dei dati per generare servizi a valore aggiunto è la vera frontiera. Per raggiungere questo



obiettivo è necessario progredire nel campo dell'innovazione tecnologica, della digitalizzazione, della dotazione di soluzioni telematiche sempre più performanti e dell'integrazione delle piattaforme.

Con Viasat sempre in prima linea?

Certamente. Siamo ormai una realtà internazionale che punta a valorizzare le proprie eccellenze locali. Per 'cavalcare il futuro', abbiamo deciso di interconnettere non solo le cose, ma anche e soprattutto le persone che prendono le decisioni e che lavorano nelle diverse società del Gruppo. Una sorta di "Internet of Companies" che ci permette di armonizzare la catena del valore, migliorando i processi organizzativi e tecnologici del Gruppo e favorendo la convergenza, così da poter erogare i nostri servizi e offrire le nostre soluzioni in tutto il mondo.

eCall, will have an annual growth rate of 19% in terms of value between 2018 and 2022. This fact emerges from the analysis 'Global Automotive eCall Market 2018-2022'. It is something we have always believed in and we work hard every day to ensure high safety, protection and assistance standards to car, work vehicle, motorcycles, and bike users, as well as pedestrians, with our mobile Viasat appS. It is a great satisfaction for our Group. Certainly, this has been an incentive for other Companies who have followed the innovative trail of Viasat to create their own business. However, competing in a global market gives space to everybody.

Ecall systems have entered into force, but their use is mandatory only on new approval vehicles. What do you think about this?

Viasat has been using these technologies for years. Since last March, eCall systems have become mandatory for new approval vehicles. Viasat is there for all the others. It's not a joke, but just reality. Alerts and automatic emergency call in case of collision are services that drivers can have at their disposal with our devices, as well as on speakerphone functions to stay in touch with our sosCall Operative Centre 24/7. Our latest versions also provide additional, early infor-

mation concerning the potential risk related to specific routes, basing on factors such as traffic conditions, speed limits, dangerous (Red Point) or at high-risk of collision (BlackPoint ANIA/Viasat) roads. Prevention is better than risk, this is our philosophy.

This means that the future is about data?

The future is represented by the capability of data reading, analysis, and processing in order to generate added-value services. To reach this goal, it is necessary to make progress and innovation in the fields of technology, digitisation and creation of new, performing and integrated solutions.

Will Viasat be at the forefront?

Sure. We are now an International Group that keeps investing into its local talents. Our goal is to 'ride the future' and this is the reason why we want to interconnect not only Things, but also – and especially – our decision makers and people who work in all the companies of our Group. A sort of "Internet of Companies" that will harmonise our value chain, optimize our organizational and technological processes and will encourage the diffusion of our products and services all around the world.





AL VIA IL PROGETTO PLATE CHECK

Intervista con **Umberto Guidoni**
Segretario Generale Fondazione ANIA

Incrementare la sicurezza stradale riducendo il numero di veicoli che viaggiano senza la copertura assicurativa e con la revisione scaduta. È questo il cuore del progetto Plate Check realizzato dalla Fondazione ANIA in collaborazione con la Polizia Stradale. L'iniziativa è partita a dicembre del 2018 quando, nel corso di un convegno che si è svolto a Cagliari, è stato siglato un protocollo di collaborazione attraverso il quale il settore assicurativo ha messo a disposizione della Polizia oltre 120 apparati Street Control.

Cos'è il progetto Plate Check e come nasce?

Abbiamo scelto un nome inglese per un problema prevalentemente italiano: quello dell'evasione assicurativa. Questo progetto consente di aumentare la massa critica dei controlli sui veicoli e lo scopo principale è quello verificare la regolare copertura assicurativa.

Che tipo di strumenti vengono usati?

Sono gli Street Control, strumenti in grado di leggere fino a 100 targhe al secondo e in grado di trasmettere su un dispositivo collegato, in tempo reale, le informazioni relative alla copertura del veicolo "fotografato". Oltre alla copertura assicurativa, si può verificare anche se il mezzo è in regola con la revisione.

Dove è operativo il progetto Plate Check?

È operativo su tutto il territorio nazionale. Noi abbiamo fornito i dispositivi ai compartimenti della Polizia Stradale, dando la precedenza alle 29 province che, secondo un regolamento dell'Ivass, sono quelle dove avvengono più incidenti. Abbiamo seguito questo principio anche per verificare se il fenomeno di un'elevata incidenza fosse collegato a quello dell'evasione assicurativa. Abbiamo comunque lasciato nella disponibilità della Polizia Stradale la possibilità di individuare altre province che possono essere oggetto dell'attività.

Quali sono stati i primi risultati?

Dal report sull'attività aggiornato al primo marzo 2019 risultano oltre 910.000 controlli, dai quali sono risultati quasi

19.000 veicoli senza copertura assicurativa (2,06% del totale dei controlli) e oltre 25.600 veicoli senza revisione (2,81%). La stessa tipologia di controlli viene effettuata anche da alcune polizie municipali e, a livello tecnico, potrebbe essere svolto anche dalle telecamere delle ztl, dei tutor o degli autovelox. Oggi manca un decreto attuativo che consenta di dare la possibilità a tali dispositivi di effettuare anche questo tipo di controlli, così è nato il progetto Plate Check per verifiche che, secondo l'esperienza maturata negli anni con le iniziative della Fondazione ANIA, sono essenziali anche per evitare fenomeni di pirateria stradale e di scorretti comportamenti alla guida.

PLATE CHECK PROJECT IS READY TO START

Increasing road safety by reducing the number of vehicles travelling without insurance or in absence of regular inspection. This is the core of the Plate Check project, carried out by the ANIA Foundation in cooperation with the Traffic Police. The initiative was started in December 2018 during a conference in Cagliari; a collaboration protocol has been signed and more than 120 Street Control devices were put at the disposal of the Police department. These tools are able to read up to 100 plates per second and transmit the relating information to a connected device in real time. In addition to insurance coverage, it is possible to check if the vehicle has been subjected to periodic inspection. The project is operational throughout the national territory, giving priority to 29 provinces in which, according to IVASS regulation, there is the highest concentration of accidents. This principle has been followed to verify whether the higher percentage of accident rates was connected to insurance evasion. Other provinces will be checked and verified in the future for greater accuracy.

[Abstract]



insieme per far luce sulle nostre strade

conosci strade
pericolose?

**fai la tua
segnalazione!**



SCARICA L'APP GRATUITA
Blackpoint



Numero Verde
800.433.466

Ania

FONDAZIONE

blackpoint.smaniadisicurezza.it

I TREND TECNOLOGICI E LA PRESENZA VIASAT GROUP

Di **Marco Petrone**

Vicepresidente VIASAT GROUP e CEO EMIXIS



“Da tempo si parla dell’innovazione digitale che porterà a una profonda trasformazione dell’industria Automotive. Ed è proprio questo il contesto perfetto per Viasat Group, strategicamente posizionato sulle diverse declinazioni di servizi e prodotti che le tecnologie telematiche consentono: dall’Insurtech al Fleet Management, dal Big Data all’IoT, dai servizi di centrale operativa h24 in ambito security, safety e assistance alle soluzioni smart cities, dalle connected people ai connected buildings. Tutte soluzioni che il Gruppo sta esportando nei Paesi laddove esiste una presenza diretta attraverso le sue controllate”.

Da tempo si parla dell’innovazione digitale che porterà a una profonda trasformazione dell’industria Automotive. Quello che però non è ancora chiaro a tutti è che questo cambiamento sta avvenendo a grande ve-

locità. Non solo sui mercati internazionali, ma anche qui da noi. I numeri parlano chiaro: si stima che entro il 2020 la penetrazione delle connected cars in Europa possa raggiungere il 100% in grandi paesi come Germania, Regno Unito e Francia. Anche in Italia il trend è in crescita: erano 7,5 milioni a fine 2016 (+40% rispetto al 2015) e 11 milioni a fine 2017, per circa un quarto del parco

circolante totale. Crescita favorita in tutta l’Ue dall’entrata in vigore del servizio eCall: da marzo dello scorso anno, infatti, tutte le vetture di nuova omologazione devono essere dotate di un dispositivo di sicurezza per attivare i soccorsi, anche in automatico, in caso di crash. A livello globale, infine, secondo Frost & Sullivan, la vendita di connected cars nei prossimi anni procederà ad un ritmo sostenuto, passando dai 25 milioni del 2017 ai 70 milioni nel 2022.

Non solo auto connesse, però. C’è infatti molta aspettativa anche per la produzione dei veicoli autonomi. I lavori continuano nonostante ci sia, oggi, da parte dei consumatori finali, molto scetticismo sulla futura disponibilità. Gli analisti di mercato sono ottimisti e convinti che i benefici potenziali legati alla diffusione di questi veicoli (dai minori incidenti, alla riduzione del traffico e alla maggiore inclusività della nuova offerta) spingeranno il mercato. Le stime di Frost & Sullivan parlano di un mercato da oltre 80 miliardi



TECHNOLOGICAL TRENDS AND VIASAT GROUP

It’s been a long time since the topic of a digital innovation, which will lead to a deep transformation of the Automotive industry, has been discussed. What it is not clear yet, is that it is happening at high speed. Not only in International markets, but also in our country. The figures speak for themselves: it is estimated that by 2020 the penetration of connected cars could reach 100% in large countries such as Germany, the United Kingdom and France. Such a trend is growing in Italy as well: they were 7.5 million at the end of 2016 (+40% compared to 2015) and 11 million at the end of 2017, for about a quarter of the circulating car fleet. The EU has encouraged this process with the entry into force of the eCall service: since March 2018, all new approval vehicles must be equipped with safety devices to call emergency services –even automatically– in case of collision. At global level, then, the estimates of Frost & Sullivan claim that the sales of connected cars will increase exponentially from 25 million in 2017 to 70 million in 2022.

di dollari entro il 2030.

È l'innovazione, quindi, che farà crescere ulteriormente una industria, quella dell'Automotive, assolutamente consolidata. E la disponibilità di un numero sempre più elevato di auto tecnologicamente avanzate in circolazione (connesse e/o autonome) sarà il motore per la nascita di nuovi mercati. Juniper Research, ad esempio, ha stimato che le vendite di nuovi servizi ai consumatori, abilitati principalmente dalla disponibilità dei Big Data, arriveranno a un valore di 49,2 miliardi di dollari già nel 2022. Nel complesso il mercato totale dell'auto crescerà a 7.800 miliardi di dollari nel 2030. Ed è proprio questo il contesto perfetto per il Gruppo, strategicamente posizionato sulle diverse declinazioni di servizi e prodotti che le tecnologie telematiche consentono: dall'Insurtech al Fleet Management, dal Big Data all'IoT, dai servizi di centrale operativa h24 in ambito security, safety e assistance alle soluzioni smart cities, dalle connected people ai connected buildings. Tutte soluzioni che il Gruppo sta esportando nei Paesi laddove esiste una presenza diretta attraverso le sue controllate.

La capacità di progettare e realizzare prodotti e relativi servizi dedicati ed erogare gli stessi nell'ambito del medesimo gruppo di aziende, differenzia Viasat da tutti i competitor europei e fa dell'Azienda il più rapido, efficace e completo operatore LBS oggi presente sul mercato.



I settori in cui operiamo continuano ad essere caratterizzati da una crescita in doppia cifra e i principali competitor ci spingono a migliorare ogni giorno il nostro posizionamento nell'area competitiva, la costruzione del valore per i nostri clienti, la sostenibilità economica e ambientale del nostro sforzo imprenditoriale e manageriale.

It is not just about connected cars in here. There are widespread expectations about autonomous cars. Work is still in progress, despite the scepticism of final consumers about their effective future availability. Market analysts are optimistic and convinced that the potential benefits deriving from the diffusion of these vehicles (fewer accidents, traffic reduction and the greater inclusiveness of the new offer) will push the market. Frost & Sullivan estimates envisage a market of 80 billion dollars by 2030.

Innovation will be the key factor for the development of the consolidated Automotive market.

The availability of a growing number of technologically advanced circulating cars (connected and / or autonomous) will be the starting point for new markets. For instance, Juniper Research has estimated that sales of new services to consumers –with the help of Big Data technologies- will reach a value of 49.2 billion dollars as early as 2022. Overall, the total car market will grow to 7.800 billion dollars in 2030.

The perfect environment for a group like Viasat, strategically positioned on the various declinations of services and products provided by telematic technologies: from Insurtech to Fleet

Management, from Big Data to IoT, from security, safety and assistance operations 24/7 to smart cities solutions, from connected people to connected buildings. Solutions that the Group is exporting to all those countries in which our subsidiaries have been opened.

The ability to design and develop products and related dedicated services, as well as to derogate them within the same group of companies, makes Viasat different from all its European competitors and makes the Company the fastest, most effective and complete LBS operator on the market today.

The fields in which we operate are still characterized by double-digit growth, and our main competitors are pushing us to improve our positioning in the competitive area, adding value for our customers as well as economic and environmental sustainability of our entrepreneurial and managerial effort, day after day.





UN MONDO DI DATI

A cura di **Massimo Getto**, Vice Presidente e CFO VIASAT GROUP
e **Marco Laugero**, Controller AFC VIASAT GROUP

I dati ed il loro utilizzo sono un tema di grande rilevanza per lo sviluppo economico dei prossimi anni. Il quantitativo di dati acquisiti ed immagazzinati dalle diverse organizzazioni è in crescita esponenziale e la capacità di estrarre il loro valore rappresenta la sfida competitiva che determinerà il successo o il fallimento dei protagonisti della vita economica. Il 2017 è stato definito come l'anno del raddoppio, ciò significa che sono stati generati tanti dati quanti quelli prodotti dall'origine dei tempi al 2016. Nel 2023 il tempo di raddoppio si ridurrà ad un'ora, non è, dunque, difficile comprendere il valore generato da chi saprà processare una mole di informazioni così elevata. Questo concetto deriva dal fatto che il valore insito nei dati è estrapolabile e permette la creazione di modelli predittivi capaci di anticipare avvenimenti e tendenze future dei consumatori. Lo hanno capito ormai da tempo colossi come Google e Facebook, capaci di immagazzinare così tante informazioni da riuscire a mettere in pratica tale meccanismo, così semplice nella spiegazione quanto complesso nella sua attuazione.

Uno dei temi centrali in questo ambito è rappresentato dalla fruibilità dei dati, ovvero dalla capacità di trasferirli tra soggetti diversi,

senza che vengano meno i principi della trasparenza e dell'integrità, per garantire un passaggio privo di alterazioni che possano minare il concetto di fiducia tra gli utenti. Tale concetto di fiducia riveste un ruolo fondamentale nelle interazioni tra le organizzazioni ed è la linfa vitale per generare e consolidare le relazioni economiche, rendendole durevoli nel tempo.

Fino ad oggi la veridicità dei dati e delle informazioni in essi contenute sono state garantite da enti terzi, in grado di certificarne la qualità e correttezza. Ogni qualvolta effettuiamo una transazione monetaria, ad esempio, ci avvaliamo di un ente bancario a garanzia dell'operazione. Questo è solo un esempio di operazioni che potranno essere realizzate diversamente con l'avvento della tecnologia Blockchain, definita *disruptive*, e tramite la quale sarà sviluppato entro il 2025 il 10% del PIL a livello mondiale (Building Block(chain)s for a Better Planet, September 2018, World Economic Forum). L'innovazione si basa su un registro delle transazioni distribuito, visibile a tutti e verificabile in qualsiasi momento, ma allo stesso tempo non controllato da nessuna autorità centrale. Questo implica due cose: che nessuno possa in alcun modo alterarne il contenuto per i propri fini e che tutti abbiano un controllo maggiore sullo stesso, generando in tal modo un nuovo concetto di fiducia. Il settore della infotelematica satellitare è molto sensibile al tema poiché basa il proprio business su un continuo flusso di dati. Questi provengono da miliardi di sensori installati in tutto il mondo e sono convertiti in informazioni spendibili sul mercato sotto forma di servizi. La necessità di renderli sicuri ed inalterabili è un fattore imprescindibile per ottenere la fiducia degli attori delle transazioni economiche. In alcuni settori, quali ad esempio quello dell'agrifood, il connubio tra sensori IoT per la registrazione e l'immagazzinamento dei dati e blockchain per la loro certificazione rappresenterà il bi-



nomio perfetto per garantire il tracciamento dei beni lungo tutta la filiera produttiva offrendo al consumatore una migliore comunicazione sui processi produttivi e sui metodi di conservazione adottati. L'utilizzo di tale applicazione, in particolare per realtà poco strutturate e di piccole dimensioni, tipiche del tessuto economico italiano, potrebbe risultare difficoltoso e non immediato, soprattutto per motivi culturali, ma il mancato utilizzo nel tempo potrebbe invece rivelarsi incompatibile con la continuità dell'attività d'impresa di questi soggetti.

L'infotelematica satellitare basa il proprio business su un continuo flusso di dati. Questi provengono da miliardi di sensori installati in tutto il mondo e sono convertiti in informazioni spendibili sul mercato sotto forma di servizi. La necessità di renderli sicuri ed inalterabili è un fattore imprescindibile per ottenere la fiducia degli attori delle transazioni economiche.

A WORLD OF DATA

Data - and its use - represent a key factor for the economic development of the upcoming years. The amount of data acquired and stored by the different organizations is growing exponentially and their capability to turn them into added-value services for their business will determine the success, or failure, of the main actors of our economic scenario. 2017 has been defined as 'the year of the doubling', since the amount of data generated corresponds to the number of those which have been generated by the origin of times to 2016. The 'doubling' time will be reduced to an hour in 2023; it is not hard to figure out the limitless potential for those who will be able to process and handle such an immense amount of information. Such a concept derives from the fact that the inherent value of data could be extrapolated to allow the development of 'predictive' models that could forecast possible future trends and models for customers. Tech giants, as Google and Facebook, have been able to predict this potential and to put a process that was barely imaginable into practice, gathering an impressive amount of information.

A key point of this matter is represented by the accessibility or, better, by the possibility of interconnect and transfer those data between different individuals in the full respect of the principles of transparency and integrity, to ensure fairness and protect customers from the risks of inaccurate management of personal information. This concept of trust plays a fundamental role in the interactions between different organizations -as well as in the development of the economic scenario- and represents the lifeblood for generating, consolidating and creating long-lasting business relationships.

So far, the accuracy of data and information has been ensured by third-party which certified their quality and correctness. As an example, our monetary transactions are ensured by a credit institute. This is just a sample of the operations that could be differently managed with the advent of Blockchain technology – also known as disruptive – by means of which 10% of GDP will be developed by 2025. (Building Block(chain)s for a Better Planet, September 2018, World Economic Forum). Such an innovation is based on a 'distributed' transaction register that is visible and verifiable at any moment by every citizen but, at the same time, cannot be controlled by any Authority. Two factors are implied: the fact that such information can never be altered for any personal purpose and that everybody can directly control the process, thus generating a new concept of trust. The industry of satellite infotelematics is very sensitive to the issue, since its own business is based on a constant flow of data. Which are gathered by billion of sensor all over the world and turned into valuable information to provide tailor-made services and maximise our business. Data protection, integrity, and inalterability are crucial for trust-based business relationships. Industries such as the agrifood sector will benefit of advantages deriving from the interaction between IoT sensors and blockchain for their processes of data collection, acquisition, and certification since it will represent the ultimate measures to guarantee the tracking of goods along the entire production chain and to enhance the relationship with customers through an improved communication on the different stages of production and conservation.

The use of these application could be difficult and not immediate for the variety of small and poorly structured enterprises of the Italian market – even because of some cultural issues- but the decision to ignore the potential of these new technologies could be crucial for their future chances of surviving.





SICURI & PROTETTI

L'OFFERTA VIASAT PER IL MONDO
DELL'INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA

Offri nuovi servizi
ai tuoi **Clients!**

ASSICURIAMO LA TUA PROTEZIONE

Intervista con **Valerio Gridelli**
Amministratore Delegato VIASAT S.p.A.

"Quando le Compagnie hanno scoperto la telematica, abbiamo iniziato a lavorare con loro, aggiungendo al tradizionale canale consumer anche quello assicurativo. Senza mai snaturarci, in quanto la nostra vocazione rimane sempre quella di offrire servizi tecnologicamente avanzati per la sicurezza delle persone e delle cose. In un secondo momento abbiamo ampliato il nostro raggio d'azione nel campo assicurativo: non solo Compagnie, ma anche intermediari che, grazie alla telematica, puntano a completare l'offerta di servizi innovativi ai clienti finali".

Quali sono le soluzioni che mettete a disposizione degli intermediari?

Oggi la telematica gioca un ruolo centrale nell'offerta assicurativa, ma resta ancora troppo legata alla leva dello sconto sulla copertura RCAuto e alle finalità antifrode di grande interesse per le Compagnie. Spesso si dimentica la grande opportunità che rappresenta in termini di servizi utili e a valore aggiunto che possono essere apprezzati dagli assicurati, soprattutto in termini di sicurezza personale e dei propri cari. Ecco allora l'offerta "Sicuri&Protetti" che prevede una gamma di soluzioni tecnologiche di assistenza, protezione e sicurezza, grazie alla Centrale Operativa Viasat H24, che gli intermediari assicurativi possono veicolare ai propri clienti, indipendentemente dalla polizza auto. Per l'assicurato, oltre ai servizi di Viasat, anche la certezza di aver il pieno e rigoroso controllo sui propri dati che, ai tempi del GDPR, assume un'importanza ancora più rilevante.

Entrando nello specifico?

La gamma di prodotti "Sicuri&Protetti", basati sulla tecnologia info-telematica satellitare Viasat, è in grado di fornire qualunque tipo di supporto all'automobilista: antifurto satellitare, assistenza in caso di guasto o pericolo, allarmi automatici in caso di incidente, dossier telematici per certificare i dati rilevati dal dispositivo di bordo, utili, ad esempio, per contestare una multa o ricostruire la dinamica di un incidente e tanto altro. La massima sicurezza e il massimo risparmio sulla polizza in un'unica soluzione, oltre all'assoluta libertà del consumatore di scegliersi il dispositivo satellitare più adatto alle proprie

esigenze. Il cliente può mantenere poi i vantaggi dell'offerta "Sicuri&Protetti". Anche in caso di cambio assicurazione può scegliere una nuova polizza senza dover sostituire il dispositivo Viasat, in linea con quanto stabilito dalla Legge Concorrenza (Legge 4 agosto 2017, n. 124).

Da quanto tempo lavorate con gli intermediari assicurativi?

Da un paio d'anni. E abbiamo consolidato un Gruppo di circa 150 intermediari che lavorano con un nostro mandato, garantendo loro un'assistenza e formazione continua. Inoltre, abbiamo stretto un accordo di collaborazione con ANAPA (Associazione Nazionale Agenti Professionisti di Assicurazione) per mettere a disposizione dei loro iscritti i nostri prodotti e servizi di telematica con soluzioni e condizioni personalizzate. Intendiamo ora stringere nuove partnership con chiunque sia interessato a veicolare "Sicuri&Protetti", senza impedimenti né preclusioni.

Vi fermate solo al settore auto?

Absolutamente no. Le offerte studiate in casa Viasat non sono legate esclusivamente all'auto, ma offriamo soluzioni innovative anche per le moto e le bici. L'idea è di ampliare il nostro perimetro commerciale anche agli ambiti non strettamente automotive, come la domotica per la casa e i dispositivi indossabili, i cosiddetti "wearable devices", per la persona.

PORTE APERTE AGLI INTERMEDIARI ASSICURATIVI

"Se è vero che le argomentazioni di un intermediario sono legate al principio della tutela del cliente contro ogni tipo di rischio, la telematica – in questo caso i dispositivi e i servizi Viasat – rientra perfettamente nelle sue competenze. Chi meglio di un intermediario può spiegare ciò che facciamo? Ecco perché può essere il nostro miglior 'promotore' per offrire Sicuri&Protetti: la soluzione ideale per dare ai clienti la libertà di scegliersi le soluzioni telematiche su misura senza doversi accontentare di quelle 'preconfezionate' che oggi vengono incluse nelle polizze solo per ottenere uno sconto. Un cliente che comprende cosa voglia dire circolare in sicurezza, sentirsi protetto, e che tutto questo avviene nell'anonimato dei propri dati, è il cliente ideale dell'intermediario assicurativo".

Vincenzo Ferrante

Regional Account B.U. Insurtech VIASAT S.p.A.

"ANAPA è nata nel 2012 ed è un punto di riferimento per tutti gli agenti di assicurazione italiani. Intende coniugare la valorizzazione della professionalità dell'intermediazione agenziale con la necessità di abbracciare le nuove tecnologie e le nuove modalità di interazione con la clientela. Sono molto felice di questa partnership con Viasat che rappresenta un'opportunità riservata ai nostri associati e alla propria rete commerciale. L'obiettivo è offrire al cliente un servizio non necessariamente finalizzato a usufruire di uno sconto sulla polizza auto, ma improntato sulla diversificazione dell'offerta in ottica di protezione del proprio veicolo, assistenza, prevenzione e sicurezza stradale, con soluzioni di elevata qualità tecnologica. Per gli agenti rappresenta sicuramente un ulteriore allargamento del concetto di consulenza prestata ai clienti e di redditività per la propria agenzia".

Vincenzo Cirasola

Presidente ANAPA Rete ImpresAgenzia



WE ENSURE YOUR PROTECTION

Today, telematics plays a central role in the insurance market but it is still connected to the mere advantages in terms of discounts and anti-fraud measures which represent a great interest for Companies. The opportunities offered by those useful and value-added services that these technologies could provide for policyholders and their families – personal safety and other benefits- often take second place. Our offer, "Sicuri & Protetti", provides a range of advanced technological solutions for assistance, protection and safety thanks to our Viasat Operation Centre 24/7; insurance intermediaries can have the opportunity to propose our additional services to their customers, regardless of the car policy. Our range of 'Sicuri&Protetti' products, based on the ultimate Viasat technologies, guarantees high standards of assistance to drivers; satellite anti-theft device, assistance in case of mechanical failure or danger, automatic alarms in the event of an accident, telematic dossiers to certify the accuracy of those acquired data that can be particularly useful in case of fine contestation or to track accidents backwards. Top security standards and cost-saving measures in one solution, as well as the opportunity to choose the best satellite device for each customer. Customers can benefit from the advantages of our 'Sicuri&Protetti' offer even in case of switch to other insurance Companies and maintain our device, as provided by Italian 'Legge Concorrenza' (Competition Law Provision) of August the 4th, 2017, nr. 124.

Viasat can also provides innovative solutions for motorcycles and bikes. Our idea is to extend our offers to areas that are not strictly connected to the world of automotive, such as home automation and personal service as the so-called 'wearable devices'. [Abstract]





ONE TEAM ONE DREAM



VIASAT[®]
G R O U P



www.viasatgroup.it



LA PREVENZIONE PER IL CLIENTE? TOTALE!

Intervista con **Paolo Ravicchio**
Responsabile Business Unit Insurtech VIASAT S.p.A.

L' IoT e l'analisi dei Big Data sta avendo un impatto dirompente nel settore auto e il contesto che ne deriva rende il tradizionale modello di business non più sostenibile. La concorrenza si sposta dal prezzo ai contenuti e la telematica diviene parte di un programma di prevenzione totale per l'automobilista. Le Compagnie che non abbracciano questa 'rivoluzione' sono destinate inevitabilmente a perdere clienti.

Insurance telematics: cosa sta cambiando?

Le trasformazioni della mobilità, sempre più connessa, autonoma, intelligente e condivisa, andranno a modificare gli equilibri di un intero sistema, settore assicurativo incluso. Per le Compagnie diventa quindi necessario ripensare l'intera offerta in tema di copertura dei rischi auto. Secondo le stime del World Insurance Report già oggi oltre il 75% delle aziende ritiene fondamentale lo sviluppo di competenze in ambito InsurTech, con un 52,7% che ritiene che queste competenze permetteranno di ideare prodotti e servizi personalizzati in modo rapido ed efficiente. I modelli assicurativi tradizionali diventeranno, quindi, obsoleti.

Il processo è in corso quindi...

Certamente e non prevede alternative. Fino ad oggi le Compagnie, in assenza di informazioni dettagliate, hanno offerto polizze standard che, nel pieno rispetto del principio mutualistico, distribuivano costi e rischio in maniera abbastanza uniforme su tutto il portafoglio. Adesso, grazie alla telematica di bordo e alle Black Box, possono invece monitorare diversi parametri e tradurli in tariffe più dettagliate,

personalizzabili e rimodulabili nel tempo, calibrate sull'effettiva richiesta del singolo automobilista.

Entrando più nel dettaglio?

Parliamo di polizze con tariffe basate su comportamenti, abitudini, stili di guida che includono servizi telematici ad alto valore aggiunto capaci di garantire una mobilità più virtuosa e di estendere l'ambito ed il livello di protezione e tutela dell'assicurazione, affiancando al rimedio tradizionale del risarcimento lo strumento della prevenzione tecnologica. Il tutto gestibile con un'app. L'ottica è offrire la massima protezione e sicurezza e intensificare la relazione con il cliente diventando per lui un assistente virtuale alla guida in grado di abilitare e supportare un'offerta sempre più ampia.

Sembra la descrizione precisa della 'missione' di Viasat. Mi sbaglio?

Il mondo sta cambiando e con esso la percezione che i cittadini hanno della sicurezza. C'è talmente tanta voglia di protezione che siamo ben disposti a condividere dati e informazioni pur di beneficiare di soluzioni e servizi che rendano la propria vita, e quella dei propri cari, il più possibile serena. Ecco allora che un'offerta standardizzata di sole prestazioni strettamente assicurative, basata unicamente sulla logica del rimedio economico al danno subito, non è più sufficiente. L'evoluzione della proposta telematica potrà invece supportare un cambiamento radicale di questo paradigma obsoleto e spostare finalmente il confronto di mercato dal prezzo al servizio. È proprio questo che facciamo in Viasat: progettiamo e realizziamo soluzioni che stimolino questa trasformazione e rendano la vita dei nostri clienti più sicura ed efficiente.

A COMPLETE PREVENTION FOR OUR CLIENTS

The IoT and Big Data analysis had a disruptive impact on the car industry and the resulting context makes the traditional business model no longer sustainable. It is necessary for Companies to change their offers in terms of car insurance coverage. According to the estimates of the World Insurance Report, over 75% of Companies believes that it is imperative to develop their skills in the InsurTech field and over 52,7% claim that such skills will encourage the development of new, customised products and services in short time. The traditional insurance paradigm will soon be obsolete. There is no alternative to this ongoing process. Until now, Companies have offered standardized insurance solutions that, considering the lack of detailed information on individual's driving style, provided a quite fair distribution of risks and costs according to the principles of mutual assistance. Today, with the help of on board telematics and Black Boxes, it is possible to monitor a variety of different parameters and to turn them into customized, detailed, and flexible rates based on the actual percentage of risk of each single driver. Such rates are based on behaviours, habits and driving style that include high value-added services which are capable of ensuring a more virtuous mobility, as well as to extend the level and quality of the insurance assistance with the help of the latest technological solutions. With the simple use of an app. The goal is to maximise our protection and assistance standards, to enhance the relationship with our clients becoming a sort of virtual assistant on board, and to diversify our offer. That's what we do in Viasat: we develop and create solutions to encourage the paradigm shift in order to make our clients' life easier and simpler. [Abstract]





cercando nuove strategie di valore. Alle spalle c'è un ciclo che ha visto installare oltre 7 milioni di scatole nere negli ultimi 15 anni, con un tasso di penetrazione del 23%, tra i più alti al mondo. La corsa non è finita: le stime di MBS Consulting dicono che nel 2020 saranno oltre 9 milioni i device applicati, pari al 28% del totale delle auto assicurate. Di certo è però terminato un ciclo. E ne sta iniziando un altro.

Gli Assicuratori, infatti, hanno iniziato a sfruttare i benefici legati alle informazioni di guida dei clienti. Il fenomeno di autoselezione dato dall'installazione della box ha permesso in passato alle Compagnie di dividere il mondo in "buoni" e "cattivi": fino a 4-5 anni fa, i guidatori con box avevano un costo dei sinistri inferiore del 25-30% rispetto a quelli tradizionali, grazie soprattutto a minori frequenze di sinistro causato e minore incidenza delle frodi. Tale beneficio si è però ridotto nel tempo, per l'aumento della penetrazione dell'IoT nel mercato, ed è destinato a confermarsi anche nei prossimi anni, soprattutto nei territori dove i clienti sono in media maggiormente virtuosi. Questo impone alle Compagnie di ripensare la propria strategia di creazione di valore, guardando in maniera più ampia all'opportunità che l'IoT offre alle Assicurazioni.

In Italia, tali strategie fanno leva su due pilastri: il miglioramento delle performance tecniche e il rafforzamento della relazione con il cliente. Dal dato statico a quello dinamico. In termini di miglioramento delle performance, le Compagnie stanno esplorando nuovi strumenti di previsione del rischio, applicando le

DALLA SCATOLA NERA AL CLIENTE CONNESSO

A cura di **Federico Scotti** e **Claudio Fortunati** MBS CONSULTING

Internet of Things (IoT) applicato al mondo auto sta traghettando i player assicurativi verso nuovi modelli di business. Spinte dalle Black Box, le Compagnie stanno infatti passando dall'era della 'selezione del cliente' a quella della 'relazione con il cliente', ri-

strutturando le performance tecniche e il rafforzamento della relazione con il cliente. Dal dato statico a quello dinamico. In termini di miglioramento delle performance, le Compagnie stanno esplorando nuovi strumenti di previsione del rischio, applicando le

FROM THE BLACK BOX TO THE CONNECTED CUSTOMER



The Internet of Things (IoT) is embracing the car industry and carrying the top players of the insurance field towards a brand new business model. Encouraged by the use of Black Box, companies are now moving from the age of "customer selection" to the era of "customer relationship", striving to propose innovative added value so-

lutions. As a background, a cycle of 7 million boxes which have been included in vehicles in the last 15 years, with a 23% market penetration index that is one of the highest in the world. The escalation is not over yet: MBS Consulting valuations state that 9 million devices will be installed in 2020, meaning 28% of insured cars. An era is over for sure. And another one is about to begin.

Insurers have started to exploit the valuable information deriving from the acquisition of the driver's style. The automatic selection offered by the use of devices has allowed companies to create a world of 'good' and 'bad' drivers: 4-5 years ago, Black Box users took advantage of a 25-30% lower car crash cost in comparison to the 'traditional' drivers, thanks to a decreased faulty car crash risk and a minor frequency of frauds. Such an advantage has been lowered over time because of the increasing presence of IoT and is destined to be confirmed in the following years, especially in those areas in which drivers maintain a virtuous behaviour. This trend will force companies to adjust their added value creation strategies and to reconsider the advantages of the adoption of IoT technologies. In Italy, such strategies leverage on the cornerstones of the improvement of technical performances and customer relationship. From statistic to dynamic data. In terms of performance improvement, Companies are analysing new risk evaluation tools and applying traditional evaluation techniques – e.g. assessing future

tradizionali tecniche attuariali - quelle che discriminano il rischio ad esempio sulla base di variabili "statiche" come il tipo di veicolo, la provincia di residenza o l'età del conduttore - alle numerose informazioni "dinamiche" che provengono dai dispositivi di bordo (percorrenze e comportamenti di guida).

Tali dati possono in seguito essere arricchiti con elementi di contesto quali meteo, traffico, comportamento medio degli automobilisti attorno e pericolosità delle strade. I primi risultati quantitativi dimostrano che alcune variabili "dinamiche" di guida sono maggiormente esplicative del rischio rispetto alle variabili tradizionalmente utilizzate e raccolte dagli assicuratori.

Tutto ciò ha un riflesso sulla gestione dei sinistri: grazie all'IoT, le Compagnie stanno infatti studiando modelli evolutivi per migliorare la redditività. La "box" non è più soltanto un potente strumento deterrente delle frodi: le principali opportunità riguardano il miglioramento della fase di apertura del sinistro e delle performance in fase istruttoria. In particolare, gioca un fattore determinante la disponibilità immediata di un ampio spettro di informazioni che vengono raccolte nel momento del sinistro, e che permettono di verificare da subito le dichiarazioni delle parti coinvolte, di stabilire con maggiore precisione la dinamica e le responsabilità e anche, nei casi più evoluti, di effettuare una prima stima del danno ai veicoli coinvolti. Contemporaneamente, la Compagnia può aiutare il cliente nella gestione operativa del sinistro, offrendo ad esempio supporto nella compilazione del modulo CAI e nella raccolta dei documenti probatori, riducendo il carico amministrativo che grava sul cliente. Questa evoluzione permette di ripensare i tradizionali modelli liquidativi, accelerando in maniera determinante la gestione dei sinistri di lieve entità, anche attraverso l'introduzione di una maggiore automazione dei processi.

Arriviamo quindi al secondo pillar strategico: il rafforzamento della relazione tra Compagnia e cliente. Le informazioni trasmesse sui comportamenti di guida sono infatti di grande valore per le Compagnie, che possono posizionarsi come un attore chiave delle iniziative di miglioramento della sicurezza stradale. Questo tema riporta le Assicurazioni al loro ruolo originale: proteggere e garantire

sosCall, LA SICUREZZA DISEGNATA SU DI TE

- Allarme Crash automatico verso la centrale operativa H²⁴
- Pulsante d'Emergenza
- Vivavoce
- VIASAT appS, l'applicazione di assistenza, protezione e sicurezza per smartphone.
- Driving Safety Alert, alert vocali e luminosi per prevenire rischi alla guida

la sicurezza dei propri clienti. Sulla base di questi principi, le Compagnie grazie all'IoT possono offrire servizi specifici dedicati alla prevenzione, alla sicurezza, all'educazione stradale, e con contenuti personalizzabili sulla base dei comportamenti individuali alla guida. In un contesto di mercato che porrà sempre maggiore pressione sugli Assicuratori Auto, l'IoT rappresenta quindi una leva strategica di differenziazione e redditività, non solo in difesa del posizionamento di mercato ma in un'ottica di sviluppo della base clienti e delle relazioni di partnership, che collochino sempre più l'assicurazione come un fornitore di servizi ai propri clienti. Un cliente con il quale le Compagnie inizieranno finalmente a dialogare.

risk through "static" data such as historical records, demographic, driver's age, car model- as well as through the acquisition of "dynamic" factors provided by the installation of telematic devices on board (distance travelled, driving style).

Context elements such as weather conditions, traffic, other drivers' behaviour, and dangerous routes analysis can integrate the acquired information.

The first quantitative outcome show that some specific, "dynamic" variable provide a more accurate and detailed risk analysis in comparison to other amounts of information that insurers use and collect to set insurance premiums.

These improvements result in a strong impact on car crash management processes: thanks to IoT technologies, Companies are now considering new innovative models to increase their profitability. Black boxes are no longer just a powerful tool to prevent frauds, since they represent an opportunity for a more efficient car crash report and preliminary activities management. The prompt availability of amounts of information that can be easily collected at the time of the car crash, in particular, play a key role in the process of identification of both parties, statements verification, determining faults and responsibilities and, in some cases, a first evaluation of vehicles damage. At the same time, Companies can assure proactive assistance at the time of the accident,

e.g. providing assistance for accident reporting module compilation or supporting in the process of information material collection, thus reducing the client's administrative burden. Such an innovation will have a strong impact on the traditional pay off model and will accelerate the management of minor accidents through an increased automated process.

The second cornerstone consists in a carefully engineered, improved relationship between Companies and their customers. Driving style information represent a crucial element for Companies willing to play a key role in the initiatives aimed at increasing road security standards. The topic brings insurance Companies back to their original role: to protect and to assure high safety levels to their customers.

Basing on these principles, Companies should exploit IoT technologies to offer their underwriters customised services dedicated to prevention, safety, road education and to adjust the premium as necessary, according to personal driving style and behaviour.

In a market that will put insurers under an increasing pressure, IoT represents a strategic incentive for companies to increase their uniqueness and profitability, not only defending and protecting their position on the market but developing their customer base and profitability as service providers for their clients. Clients that will finally establish a dialogue with the Companies.





NON È SOLO UNA QUESTIONE DI PREZZO

Intervista con **Carlo Alberto Minasi**
Head of innovation - Area financial services ERNST & YOUNG

Per costruire un'offerta assicurativa innovativa è necessario passare da logiche di sconto a logiche di valore aggiunto. La capacità di una Compagnia di offrire, sfruttando le nuove tecnologie, servizi sempre più personalizzati per i propri clienti le aprirà un'alternativa importante alle consuete 'guerre di prezzo' tipiche di prodotti come l'assicurazione auto.

Che anno sarà il 2019 per l'innovazione tecnologica nel settore assicurativo?

Il 2019 rappresenterà l'anno della verità per il mercato assicurativo. Ormai molte Compagnie hanno avviato progetti di trasformazione della propria infrastruttura tecnologica e dei propri sistemi informativi. Alcune, le più numerose, hanno dato una forte spinta al cambiamento; altre, una minoranza, non sono ancora sufficientemente agili nell'interagire con l'innovazione. La tecnologia, in ogni caso, verrà sempre di più utilizzata per migliorare l'efficienza delle operazioni di Compagnia e a supporto della rete, per abilitare nuovi prodotti e nuovi canali e infine per migliorare la Customer experience di business stagnanti o a bassa crescita.

Quali saranno le tecnologie su cui le Compagnie punteranno di più?

In prima istanza, grazie a strumenti evoluti di Data & Analytics, proveranno a capitalizzare l'enorme mole di dati raccolta dagli oggetti connessi ed offrire delle vere soluzioni personalizzate al cliente. In parallelo immagino uno sviluppo di strumenti principalmente a beneficio dei processi di Underwriting e supporto alla vendita e definizione di next best action. Ultima, ma non meno importante, credo che le imprese assicurative italiane debbano iniziare a definire una strategia IoT integrata con le nuove potenzialità che una nuova tecnologia come il 5G mette a disposizione abilitando, ad esempio, nuovi ecosistemi connessi in ottica di dynamic loss prevention o servizi non assicurativi al cliente (es. monitoraggio delle flotte aziendali).

Quali sono i settori maggiormente coinvolti in questi processi innovativi?

Sicuramente il ramo danni per propria natura, di offerta di protezione ed, in particolare, i prodotti salute, motor e casa saranno quelli più impattati dalla tecnologia. Specificatamente al mondo auto, la tecnologia sarà il fattore abilitante di nuovi modelli di business che porteranno la bassa frequenza d'interazione con il cliente – oggi i punti di contatto sono limitati alla stipula della polizza, al rinnovo e alle pratiche di gestione del sinistro – ai massimi livelli.

Interazione col cliente che in Italia sembra ancora molto bassa...

È vero. In questo contesto l'Italia, leader mondiale nel mercato delle Black Box, sembra incapace di sfruttare questo asset strategico per migliorare la customer experience con il consumatore. Oggi la Scatola Nera sembra servire esclusivamente per fornire uno sconto sulla polizza e non per aumentare l'engagement con il cliente sia con strumenti di reward che con servizi a valore aggiunto durante e dopo la guida.

Il cliente che è disposto a condividere il dato in cambio di...?

Valore! Legato certamente allo sconto di polizza, ma ancor più ai servizi strettamente connessi alla polizza stessa. Logicamente lo sconto, in quanto retrocessione di valore economico, è la strada più semplice per le Compagnie nell'ottenere i dati del cliente, tuttavia non è la più redditizia in quanto va ad erodere ancora di più i margini di un business sempre meno profittevole. La soluzione, difficile, è provare ad identificare una serie di customer journey ricchi di servizi per il consumatore, dove il cliente paga alla Compagnia la capacità di elaborazione del dato a fronte di offerte, servizi e informazioni a valore aggiunto per se stesso.

IT'S NOT JUST A MATTER OF PRICE

The creation of an innovative insurance solution requires to switch from the logic of discount application to an added value mindset. The ability of a company to propose increasingly customized services to its clients, with the help of advanced tools such as Data & Analytics, will represent a relevant alternative to the typical "price war" of such a competitive field as the auto insurance. This solution will be the starting point of a new business model that could change the approach to the client – whose contact with the company is typically limited to the drafting of the insurance contract, renewal and car crash report and management- and to maximise service quality. In such a context, Italy – in spite of being a worldwide leader in the black box market- seems to be incapable of exploiting this new, strategic asset and to improve its customer experience standards.

Today, telematic products only seem to have the purpose of resulting in insurance discounts with no significant impact on customer engagement. Far too large inadequacy considering the fact that the market is willing to compensate the acquisition of data with added value. Insurance discounts first, and additional services as well. Discounts – as downgrade in terms of economic value- surely represent the easiest way for companies to hold customers data; however, since this strategy has the effect of eroding the margins of an increasingly less profitable business, could not represent the most appropriate solution. [Abstract]



NO ROAD IS TOO LONG WHEN YOU HAVE GOOD COMPANY



A reliable partner
at the service of
Insurance Companies



www.viasatgroup.it





KEEP IT SIMPLE

Intervista con **Davide Devietti Goggia**
Direzione Auto REALE MUTUA

L'Italia può vantare una quota enorme di auto connesse, perché le Black Box sono state la risposta al problema dei furti e delle truffe assicurative. Adesso bisogna aggiungere valore alla connessione con altri servizi. I dati sono da sempre il core business delle assicurazioni. La novità è che oggi ne abbiamo tantissimi, molti non strutturati: cioè sono immagini, testi, suoni, parole. È tempo di tradurre ed interpretare questa enorme mole di informazioni ed offrire servizi evoluti e personalizzati al cliente mettendolo al centro dell'offerta assicurativa.

Quali sono i fattori che influenzano l'acquisto di polizze telematiche?

La sensazione è che, allo stato attuale, i consumatori percepiscano ancora la telematica come strumento il cui unico fine è il risparmio. Tale approccio si fonda su molteplici fattori, dal normativo al mediatico, che hanno sicuramente contribuito a rappresentare la riduzione dei premi come il driver principale della telematica in ambito motor. Il sentiment del consumatore è peraltro anche influenzato da come i prodotti vengono rappresentati (la leva del risparmio è sicuramente la più immediata e "facile" per orientare l'acquisto) ma anche, se non soprattutto, dal valore insito nelle proposte di solu-

zione assicurativa sviluppate dalle compagnie. Alle Compagnie spetta sviluppare modelli nuovi che spostino il paradigma verso il servizio in tutte le sue molteplici declinazioni.

E come possono soddisfare queste nuove esigenze?

Ampliando il perimetro delle prestazioni che i device di ultima generazione consentono di sviluppare. I nuovi paradigmi debbono puntare allo sviluppo di soluzioni che, a costi della tecnologia contenuti ed ecosistemi semplici, consentano di sviluppare nel cliente una maggiore consapevolezza in merito al proprio stile di guida (correggendolo se è il caso), al proprio impatto ambientale, al livello di rischio dei propri percorsi abituali. In tutto ciò massima attenzione a tutti i contenuti che consentano di sviluppare una tangibile prossimità con il cliente: assistenza, informazioni in tempo reale su fattori di rischio/percorsi da evitare, ecc...

Facile a dirsi ma, a quanto sembra, molto più difficile a realizzarsi...

Complesso da realizzare in assenza di investimenti in educazione e comunicazione che sviluppino nel cliente una sensibilità ulteriore rispetto al semplice risparmio. Particolare attenzione peraltro va dedicata ad un tema che rischia di essere trascurato ove non si investa in un cambio culturale che coinvolge l'intera filiera della progettazione delle soluzioni assicurative: keep it simple. Semplicità come parola chiave di successo. La polizza, per di più, è un acquisto necessario, obbligatorio e utile ma sicuramente, sinora, poco consumer friendly. Sviluppare servizi semplici da utilizzare è un must per agevolarne la diffusione garantendo quindi che i loro effetti in termini di incremento della sicurezza complessiva si possano dispiegare in tutta la loro potenzialità. "Semplicità", in sintesi, come fattore abilitante.

I modelli di business tradizionali non sono più sostenibili. Qual è il rischio per quelle Compagnie che non si adeguano rapidamente all'innovazione tecnologica?

Quello di sempre: antiselezione. Il processo di adeguamento all'innovazione tecnologica rischia di essere ingannevole sotto il profilo della velocità di esecuzione. Il rischio è essere ingannati dalla percezione che "in fondo nulla sta cambiando..." e, di conseguenza, non investire adeguatamente per stare al passo sviluppando gli enabler strutturali necessari. In sostanza, ciò che non si percepisce non è detto non stia per accadere. I first mover, come spesso accade, saranno i protagonisti di una perturbazione nei modelli di pricing ed offerta le cui conseguenze saranno pericolose per coloro che non si saranno preparati adeguatamente. Lo sfruttamento delle informazioni rese disponibili dalla tecnologia avrà, per il mercato motor, e con ben maggiore velocità di propagazione, il medesimo effetto disruptive di quanto portato, ai tempi, dalla liberalizzazione delle tariffe. I modelli legati alla tradizione difficilmente saranno in grado di contrastare i nuovi paradigmi; per citare G. Mahler però "tradizione è custodire il fuoco, non adorare le ceneri"...



L'acquisizione in tempo reale di informazioni (ovvero "dati") su di uno specifico cliente consente di muovere verso un paradigma che pone il comportamento di quel cliente alla base della definizione del suo prezzo. Quindi pricing individuale, la cui velocità di adeguamento alle variazioni di comportamento del singolo soggetto può giungere sino ad essere real time.

sosCall 2.0® E GUIDI SICURO

Un'iniziativa per migliorare il livello di protezione dei driver al volante. È questo "Guida Sicuro", il progetto promosso dalla Fondazione Ania e Viasat. Obiettivo: fornire agli automobilisti, in tempo reale, informazioni preventive sulla rischiosità delle varie direttrici stradali. Diversi i fattori presi in esame: traffico, limiti di velocità, condizioni ambientali e metereologiche, strade pericolose (red point) e tratte ad alto rischio incidenti (black point Ania/Viasat). A disposizione dei partecipanti, gratis per tre anni, il sistema sosCall 2.0®, il sistema telematico made in Viasat che, in relazione a tutta una serie di condizioni che si possono verificare mentre si è in auto, è in grado di dialogare con il conducente tramite segnali luminosi e alert vocali così da poter eventualmente modificare il proprio comportamento alla guida.

Domenico Petrone, Presidente Viasat Group: "Le nuove tecnologie telematiche satellitari Viasat possono già oggi fornire un supporto alla rilevazione diretta di comportamenti di guida che potenzialmente potrebbero essere pericolosi per la propria incolumità o quella altrui, consentendo un'informazione preventiva in grado di evitare un potenziale incidente. L'obiettivo è mettere a fattore comune non tanto il dispositivo telematico fine a se stesso, ma i servizi a valore aggiunto che si possono offrire ai clienti in un'ottica di prevenzione e protezione a 360 gradi."

Attraverso questa iniziativa sarà poi avviato uno studio per l'analisi dei comportamenti pericolosi alla guida dei veicoli. Prevenire è meglio che curare, la saggezza popolare è quanto mai valida anche per la sicurezza stradale e gli interventi correttivi, applicabili attraverso il monitoraggio degli stili di guida potrebbero aiutare a correggere quelle "brutte abitudini" ritenute a rischio per l'incolumità dei conducenti e degli altri utenti della strada.



KEEP IT SIMPLE

Italy can boast a number of connected cars since black boxes have been providing the solution to the issue of thefts and insurance frauds. It is now necessary to add value to interconnected services, even if telematics is still perceived as a mere cost-saving, additional service by the majority of consumers. Such an approach is based on a variety of factors that still consider the possibility of receiving an insurance premium discount as the principal driver for the adoption of telematics in the world of motorised vehicles. The sentiment of consumers could vary according to the way that a product can be presented and received but also –if not mainly- be on the basis of the inherent value of the different insurance solutions; it is therefore important that companies could seek to develop new business models that are able to shift paradigms, amplify the idea of service, and maximise the benefits deriving from the use of ultimate technologies and devices.

Those new paradigms should encourage drivers awareness towards their driving style (making changes if necessary), as well as their environmental impact or reducing the risk of car accidents and associated costs. The greatest attention should be paid towards the enhancement of a stronger relationship with policyholders: assistance, real time information concerning dangerous routes or other conditions, etc. Data have always represented the core business of insurance companies. It is time to analyze and read the gathered information to transform data into valuable and tailor-made services that put customers at the centre of our business. That's the goal of "Guida Sicuro" (Drive Safe), a project promoted by ANIA and Viasat Group. The purpose is to provide drivers with real time information on the possible risks of different routes. Traffic, speed limits, environmental and weather conditions, dangerous routes (red points) as well as roads with high likelihood of collision (black point Ania/Viasat) are factors to be taken into consideration. SosCall 2.0®, a Viasat telematics solution, will be provided for free for three years to all the participants. This automatic technology notifies and tracks all those conditions which could affect your driving style through alerts and light signals. The initiative will provide fine-grained information on an individual's driving style in order to focus on dangerous behaviours. Prevention is better than cure; such a vision has to be adopted in the prevention of dangerous behaviours and road safety more than ever and monitoring and tracking an individual's driving style could prevent and correct those habits which could compromise the safety of every driver. [Abstract]



interessate a orientare i propri autisti ad una guida più attenta per poter risparmiare sul premio assicurativo. Poi si sono rivolte alla clientela di massa, ma per vincere la paura, molto italiana, di essere controllati, si è dovuto intervenire con sconti significativi. Oggi i clienti acquistano ancora prodotti assicurativi con Scatole Nere per risparmiare sul premio di polizza, ma sempre di più pensano che i servizi collegati, come ad esempio l'Emergency Call, siano estremamente utili. Inoltre un cliente che ha installato una Scatola Nera è meno propenso ad attivarsi per disinstallarla per cambiare compagnia. Le compagnie stanno lavorando molto per aumentare il proprio tasso di rinnovo e questo è uno strumento che si è finora rivelato efficace.

SCATOLE NERE? C'È BISOGNO DI UNO SCATTO

Intervista con **Oscar Foti**
Direzione Tecnica Auto AMISSIMA ASSICURAZIONI

Un tempo era strumento antifrode e per ridurre il costo dell'RCA. Oggi, in troppi casi, anche. C'è ancora molto da fare per far percepire la Scatola Nera come strumento di Sicurezza, Assistenza e Protezione e non solo di Sconto della polizza. E la colpa non è solo dei consumatori.

A che punto è la rivoluzione IoT nel settore assicurativo dell'auto iniziata già da qualche tempo?

Il settore assicurativo si sta muovendo ancora piuttosto lentamente. Storicamente è sempre stato un settore che recepisce lentamente novità tecnologiche, soprattutto in un ramo come l'auto che è estremamente regolamentato.

A proposito di prodotto telematico o Scatola Nera. Quali sono le sue possibili evoluzioni in termini di servizi offerti al Cliente?

Le Scatole Nere sembrano aver esaurito la propria spinta innovativa. Oggi sono utilizzate esclusivamente come veicolo di riduzione del premio RCA e gli ultimi interventi governativi hanno portato ad un rallentamento fisiologico nella spinta di questi prodotti. La telematica può però offrire molti servizi di utilità e interesse per gli assicurati. Dalla sicurezza e protezione alla persona e al veicolo, a servizi che rendano più efficace la circolazione delle auto. È importante poter sfruttare queste opportunità.

Dati Ania confermano che oltre il 90% degli assicurati che acquistano una polizza telematica rinnovano con la stessa compagnia l'anno successivo. Quanto e come si è modificato il rapporto col Cliente?

Le Scatole Nere si sono affacciate sul mercato italiano alla fine degli anni '90. Inizialmente c'era molto scetticismo da parte della clientela che le vedeva come strumento di controllo. Le compagnie hanno prima battuto la strada delle flotte di veicoli perché le aziende erano

Il fatto che non sia più solo il prezzo, ma anche la sicurezza e la protezione, ad essere importanti nell'acquisto di una polizza telematica spinge le Compagnie a...

Innovarsi, innovare le proprie offerte e, importantissimo, innovare il rapporto con la propria clientela attraverso un contatto continuo. La tecnologia a disposizione di tutti è sempre maggiore e più semplice da utilizzare, i costi si riducono e la conoscenza della clientela, di quanto sia possibile avere, aumenta. Le compagnie che non interpreteranno nel modo corretto l'evoluzione telematica, rischieranno di perdere quote importanti di mercato soprattutto su clientela evoluta interessata a servizi, anche a pagamento, e non solo al minor prezzo possibile della polizza RCA.

La telematica può offrire molti servizi di utilità e interesse per gli assicurati. Dalla sicurezza e protezione alla persona e al veicolo, a servizi che rendano più efficace la circolazione delle auto. È importante poter sfruttare queste opportunità.

BLACK BOX? WE NEED A BOOST

Black boxes seem to run out of innovation. Today, it seems that they only represent an incentive to obtain insurance discounts and the latest Government provisions had the result of discouraging the use of such devices. However, telematic solutions could offer a variety of useful and interesting services for policyholders. Safety, assistance, protection. Customers - or the most evolved at least - still decide to buy Black-Box-oriented insurance products to reduce their rates, but focus their attention on related services, such as e-Call function - as well. The fact that the purchase of telematic insurance products is not a simple matter of price any longer should encourage Companies to innovate, to improve their offers and their customers' experience, and engage them across all channels. Fast-moving technologies have become easier, simpler and cost-effective, and customers increase their awareness and expectations. Companies that will not exploit the opportunities provided by telematic evolution will run the risk of losing substantial market shares and to deteriorate their relation with those new and evolved customers whose interest converge towards subscription services and not just about cost-saving strategies to reduce their insurance rates. [Abstract]



AUTOSERVICE BOX: ANCORA PIÙ SICUREZZA CON “BIMBI A BORDO”

Di **Silvia Camillo**

Area Tecnica Protection ASSIMOCO



La tecnologia, l'utilizzo quotidiano di apparecchi sempre più sofisticati, la confidenza con il web e con le applicazioni da parte dei cittadini ha spianato la strada a un'offerta di polizze in grado di sfruttare le innovazioni in nome della sicurezza e dell'efficienza del servizio. Il Gruppo Assimoco, per cui l'innovazione tecnologica è da sempre un fattore strategico, ha messo a punto AutoService Box – prodotto lanciato con la collaborazione di Viasat –. La polizza auto che, grazie alla semplice installazione di una Scatola Nera, offre servizi evoluti legati alla protezione dell'assicurato e degli utilizzatori del veicolo tramite una app per smartphone. La nostra polizza risponde all'esigenza di mobilità e di protezione assicurativa costruite attorno ai bisogni del cliente. Non solo. Per soddisfare le esigenze di sicurezza delle famiglie e anticipando il via libera al provvedimento sui seggiolini dotati di dispositivi anti-abbandono, abbiamo messo a punto anche una soluzione per evitare il dramma di dimenticarsi i propri figli all'interno dell'automobile. "Bimbi a Bordo" è una funzione dell'app a disposizione dei clienti di AutoService Box: chi attiva la funzione riceve una notifica che invita a verificare l'eventuale presenza di bambini in auto quando il qua-

dro rimane spento per più di due minuti e mezzo. "Bimbi a bordo" ha ricevuto una menzione speciale nell'ambito dell'MF Innovazione Award e figura al secondo posto tra le app del mondo assicurativo auto secondo una recente classifica stilata dall'Osservatorio Finanziario.

La connettività apre un mondo di opportunità per le Compagnie, e l'acquisizione, l'analisi e l'interpretazione dei dati ci consente di studiare soluzioni pensate sulla base dei bisogni reali e in continua evoluzione dei nostri clienti. Le esigenze concrete di tutela della famiglia e dei singoli componenti nel breve, nel medio e lungo periodo restano per il nostro Gruppo prioritarie e ci spingono a declinare un'offerta sempre più mirata su questo fronte. Cogliere le opportunità della trasformazione e innovazione tecnologica per le Compagnie è, quindi, un fattore imprescindibile poiché solo così possono restare competitive in un mercato in continua evoluzione e migliorare il rapporto di fiducia con il cliente. La relazione e il dialogo, infatti, restano imprescindibili per la nostra Compagnia che, dalla sua fondazione, nell'ormai lontano 1978, ha saputo sviluppare la sua capacità di ascolto dei bisogni del cliente, in termini di prodotti e di servizi, proprio facendo tesoro dell'innovazione tecnologica e, in tempi più recenti, della multicanalità.

AUTOSERVICE BOX: EVEN SAFER WITH “BABIES ON BOARD”

The use of technologies and sophisticated devices on a daily base, as well as the confidence with Internet and apps of the majority of population has encouraged insurers to offer rates based on individual data and to focus on drivers' safety and service maximisation. The Assimoco Group, which has always put innovation and technology at the centre of its business, has developed and launched its new product –AutoService Box- in collaboration with Viasat. Our car insurance offers the most advanced services for policyholders and vehicle users safety with a simple Black Box device installed in the car through a user-friendly smartphone app. Our solution has been tailor-made on our clients' needs in terms of protection and safety. And not only. In order to meet families' safety needs and in anticipation of the law provision on anti-abandon equipped child seats we developed a solution to prevent the tragedy of forgetting children and toddlers inside the vehicle. "Babies on board" is one of the functions of the app of our AutoService Box clients: when active, this technology sends immediate notification to check for possible presence of children in the car every time the electrical panel has been switched off for more than two minutes and a half. "Babies on board" has received a special mention in the context of MF Innovation Award and ranked second among car insurance apps according to a recent classification of the Financial Observatory.

Connectivity opens up a world of opportunities for Companies and the acquisition, analysis, and interpretation of data encourage us to develop and offer solutions that are based on our clients' real needs and expectations. Short, medium, and long-term absolute requirements of safety for all family members represent a priority to our Group and we strive to customize our offers on the basis of this factor. [Abstract]



LA SFIDA È IL REAL TIME ANALYTICS

A cura dell'**Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence**
SCHOOL OF MANAGEMENT Politecnico Milano

Boom dei Big Data Analytics in Italia: ormai quasi tutte le aziende hanno compreso l'inestimabile valore dei dati se è vero che anche nel 2018, per il quarto anno consecutivo, si conferma ai vertici tra le priorità di investimento. E chi per primo ha saputo andare oltre l'incertezza, si trova oggi in portafoglio processi più efficaci, nuovi prodotti e servizi, con un ritorno dell'investimento certo e misurabile. I dati mostrano che, se in passato era ancora accettabile, oggi non appropiarsi i Big Data Analytics vuol dire perdere nuove opportunità e, in casi estremi, anche essere esclusi da nuovi mercati o addirittura da quelli in cui già si opera.

Un mercato da 1,4 miliardi di Euro, +26%

Il mercato italiano dei Big Data Analytics continua la sua espansione anche nel 2018, raggiungendo un valore complessivo di 1,393 miliardi di euro, in crescita del 26% rispetto all'anno precedente. Un risultato che conferma il trend positivo degli ultimi tre anni, in cui il settore è cresciuto in media del 21% ogni dodici mesi, anche se rimane molto ampio il divario fra le grandi imprese, che si dividono l'88% della spesa complessiva, e le Pmi, che rappresentano il 12% del mercato. Il 45% della spesa in Analytics è dedicata ai software

(database e strumenti per acquisire, elaborare, visualizzare e analizzare i dati, applicativi per specifici processi aziendali), il 34% ai servizi (personalizzazione dei software, integrazione con i sistemi informativi aziendali, consulenza di riprogettazione dei processi) e il 21% alle risorse infrastrutturali (capacità di calcolo, server e storage da impiegare nella creazione di servizi di Analytics). I software sono anche l'ambito con la crescita più elevata (+37%), seguito dai servizi (+23%) e risorse infrastrutturali (+9%). Tra i comparti merceologici, invece, i primi per quota di mercato sono le banche (28% della spesa), manifatturiero (25%) e telco-media (14%), seguiti da servizi (8%), GDO/Retail (7%), assicurazioni (6%), utility (6%) e PA e sanità (6%).

Alla ricerca delle competenze necessarie

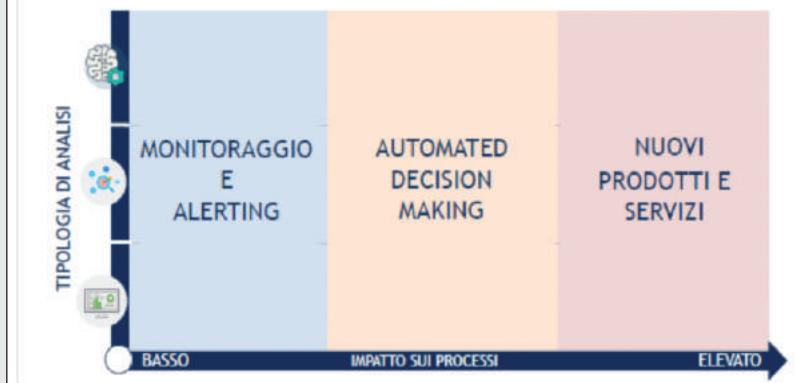
L'evoluzione del mercato dei Big Data Analytics, tuttavia, va ben oltre i numeri. Cambiano le metodologie di analisi, con l'avvento dirompente di tecniche di Machine Learning e Deep Learning, per le quali circa un terzo delle grandi imprese ha già acquisito le competenze

Il mercato Analytics 2018





Le applicazioni Real-time Analytics



REAL TIME ANALYTICS IS THE NEW CHALLENGE

Big Data Analytics boom in Italy: most companies seem to have finally understood the inestimable value of data as the investment has been re-confirmed as a priority in 2018, for four consecutive years. Those who have been able to overcome the time of uncertainty are now taking advantage from new products and services, more efficient processes and safe, tangible return on investment.

Figures show that, even though it could be acceptable in the past, it is now no longer possible to miss the new opportunities offered by Big Data Analytics and, in some cases, to run the risk of being excluded from new markets, if not even from those in which companies are already operating.

Big Data Analytics Italian market confirms its expansion in 2018, thus reaching an overall market value of 1,393 billion euro, having increased more than 26% in comparison to the previous year. Results that confirm the positive trend of the last three years, in which a 21% growth rate over twelve months has been reported in this market. 45% of spending in Analytics is dedicated to software (database and tools to acquire, process, view and analyze data, applications for specific business processes), 34% to services (software customization, integration with company information systems, process redesign) and 21% to infrastructure resources (computing, server and storage capacity to be used in the creation of Analytics services). The evolution of the Big Data Analytics market, however, goes well beyond the numbers. In fact, the greatest benefits derive from a smart analysis process, using sophisticated machine learning algorithms that are able to identify data patterns and correlations and to transform this knowledge into concrete actions that allow companies to acquire competitive advantage. In this sense, about a third of large companies have already acquired the necessary skill.

[Abstract]

“Il mercato dei Big Data Analytics continua a crescere a ritmi serrati, superiori al 25%. Crescono iniziative ‘fast data’, in cui l’analisi dei dati avviene in tempo reale, integrando diverse fonti informative in streaming e valorizzando in particolare le potenzialità dell’IoT: tra queste ricordiamo real-time advertising, fraud detection, predictive maintenance, new product development. Ma per coglierne appieno i benefici, è necessario che i Big Data vengano analizzati secondo modalità smart, mediante sofisticati algoritmi di machine learning in grado di identificare pattern e correlazioni presenti nei dati e di trasformare questa conoscenza in azioni concrete che permettano alle imprese di acquisire vantaggio competitivo”.

Carlo Vercellis, Responsabile Scientifico Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence

“Le dinamiche di crescita del mercato sono diverse a seconda delle dimensioni aziendali: mentre le PMI inseguono a fatica, tra le grandi aziende si è diffusa la convinzione che sia giunto il momento dell’azione. Le imprese che hanno già avviato progetti ne stanno raccogliendo i benefici e sono spinte a continuare a investire, quelle rimaste indietro percepiscono l’urgenza di attrezzarsi. Parallelamente crescono le organizzazioni che hanno inserito professionalità qualificate per la gestione degli analytics, come data scientist, data engineer, data architect, data analyst, e introdotto modelli organizzativi per sfruttarne al meglio le opportunità, uniformando scelte tecnologiche e dando vita e meccanismi di coordinamento strutturati”.

Alessandro Piva, Responsabile della ricerca dell’Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence

necessarie, e dell’esame di dati in tempo reale, già sfruttata dall’11%. Cresce l’esigenza di competenze di data science: il 46% delle grandi imprese ha già inserito figure di Data Scientist in organico, il 42% Data Engineer, il 56% Data Analyst. Nonostante una crescita del numero di imprese con un modello di governance della Data Science maturo (dal 17% al 31%), però, più della metà (55%) presenta un modello organizzativo ancora tradizionale.

Le startup dei Big Data

L’Osservatorio ha censito 443 startup operanti nel mercato dei Big Data Analytics, fondate a partire dal 2013 e finanziate dal 2016 in avanti, per un totale di 4,74 miliardi di dollari di investimenti raccolti. Quelle che complessivamente raccolgono più finanziamenti, circa 30,6 milioni di dollari ciascuna, sono in ambito Technology (l’8% del totale), che offrono strumenti per la raccolta, l’analisi, l’immagazzinamento, l’organizzazione e integrazione dei dati. Seguono le startup in

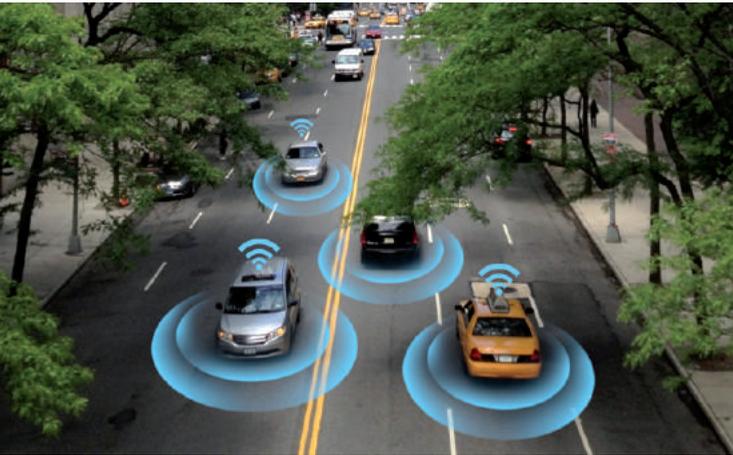
ambito Analytics System (il 29% del totale, per circa 12,8 milioni di finanziamenti ciascuna), soprattutto di soluzioni che consentono di estrarre rapidamente informazioni da un database e di effettuare analisi predittive. Chiude la categoria più numerosa, Application (63% delle startup, per 10,3 milioni di investimenti ciascuna), che comprende le imprese innovative che hanno sviluppato un’offerta specializzata per un particolare settore o per una funzione aziendale.

Le organizzazioni devono tener conto del potenziale innovativo del real time analytics che ha permesso l’affermazione di nuovi sistemi e strumenti tecnologici in grado di abilitare attività di analisi dei dati in tempo reale, rispondendo alle esigenze di tempestività degli utenti del business.

LA MOBILITÀ DI DOMANI: L'OCCASIONE DEI PUMS

Di **Mario Bellotti**

Marketing strategico e Sviluppo Business Big Data VIASAT GROUP



Non c'è dubbio che negli ultimi anni il rapporto complesso fra città e mobilità abbia assunto un ruolo centrale nelle strategie nazionali ed europee con l'obiettivo dichiarato di affrontare le sfide ambientali ed innalzare la qualità della vita. E già nei prossimi 10 anni potrebbe significativamente mutare il nostro modo di spostarci e di abitare le città. In tale contesto, la pianificazione integrata e un approccio di sistema assumono un ruolo chiave nella capacità di gestire un percorso virtuoso di innovazione della mobilità urbana senza subirla. E sarà la tecnologia a completare il processo per diventare smart city. Sul tema il PUMS (Piano urbano di mobilità sostenibile) può rappresentare un'occasione da non lasciarsi sfuggire. Istituito dall'art. 22 della legge n. 340 del 24 novembre 2000, questo strumento di pianificazione strategica "Sviluppa, in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo (10 anni), una visione di sistema della mobilità urbana, proponendo il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica attraverso la definizione di azioni orientate a migliorare l'efficacia e l'efficienza del sistema della mobilità e la sua integrazione con l'assetto e gli sviluppi urbanistici e territoriali". Interpretare i repentini mutamenti della domanda diventa cruciale così come la valutazione in itinere delle scelte operative. E qui nascono in parte i problemi perché l'attuazione di una corretta politica di intervento, gestione e pianificazione del trasporto urbano si è scontrata in passato con una conoscenza del sistema mobilità nelle aree urbane spesso frammentata ed incompleta (alto costo e laboriosità delle indagini sulla domanda di mobilità, difficoltà a dare continuità nel tempo e copertura territoriale al monitoraggio, limiti di calcolo rispetto al volume di dati, soggettività dei risultati, etc.). Le città nell'era digitale possono invece far leva su innovazioni capaci di rivoluzionare il modo di fare pianificazione, superandone difficoltà e limiti del passato. Stiamo parlando della raccolta e gestione di dati e informazioni sulla mobilità attraverso i devices installati a bordo dei veicoli e, grazie ai Big Data Analytics, alla sempre più crescente capacità e velocità di analisi, simulazione e interpretazione dei fenomeni. L'analisi dei dati in tempo reale, se opportunamente governate, renderanno il sistema

mobilità sempre più intelligente, sostenibile e performante.

Le amministrazioni che coglieranno l'occasione del PUMS per pensare in modo nuovo i problemi che abbiamo davanti e per dotarsi di piattaforme di dati e servizi, aperti e abilitanti, avranno a disposizione modelli e strumenti per acquisire in maniera sistematica informazioni dalla rete e dal territorio. Non solo, avranno l'opportunità di rileggere il sistema di mobilità con

una consapevolezza nuova, alla luce delle evoluzioni e innovazioni, e di orchestrare in un quadro armonico gli investimenti per promuovere con un approccio di sistema la mobilità sostenibile.

Le città nell'era digitale possono far leva su innovazioni capaci di rivoluzionare il modo di fare pianificazione, superandone difficoltà e limiti del passato. Stiamo parlando della raccolta e gestione di dati e informazioni sulla mobilità attraverso i devices installati a bordo dei veicoli e, grazie ai Big Data Analytics, alla sempre più crescente capacità e velocità di analisi, simulazione e interpretazione dei fenomeni.

TOMORROW'S MOBILITY: THE OCCASION OF PUMS

There's no doubt that in recent years the complex relationship between cities and mobility has assumed a central role in national and European strategies in the clear purpose of facing environmental challenges and improving the quality of life. On this subject, PUMS (Piano Urbano di mobilità sostenibile, 'Sustainable Mobility Urban Plan') represents a can't-miss opportunity. Established by art. 22 of the law n. 340 of 24 November 2000, this strategic plan "develops, in a medium-long time run (10 years), a vision of urban mobility system, proposing the achievement of environmental, social and economic sustainability goals through the definition of actions aimed at improving the effectiveness and efficiency of the mobility system and its integration with urban and territorial development". Interpreting sudden changes in demand becomes crucial as well as the ongoing assessment of operational choices. Problems partly happen in here, because the implementation of a correct policy of intervention, management and planning of urban transport has clashed in the past with a knowledge of the mobility system in those areas that are often fragmented and incomplete. Today, cities of the digital age can, instead, leverage innovations capable of overcoming difficulties and limits of the past. All this happens as a result of the collection and management of data and information on mobility through on board devices and, thanks to Big Data Analytics, to the ever-increasing capacity and speed of analysis, simulation and interpretation of events. The analysis of data in real time, if properly governed, will make the mobility system increasingly intelligent, sustainable and performing. Administrations that will be able to exploit the opportunities provided by PUMS will have the chance to reinterpret the mobility system in the light of a new awareness, evolution and innovation and to re-organize their investments to promote a sustainable, systemic mobility with in a harmonious framework. [Abstract]



La soluzione per Mobility Manager che offre:



1

Ottimizzazione e Risparmio sui parcheggi dell'azienda



2

Importanti Risparmi di Tempo e Denaro per i dipendenti



3

Importante riduzione delle emissioni nocive per garantire Sostenibilità Ambientale

Cosa Aspetti?

Contattaci



+39. 02.92816212

info@bepooler.it





NOLEGGIO SUPERSTAR, NUMERI DA RECORD

Intervista con **Pietro Teofilatto**
Direttore noleggio a lungo termine ANIASA

È un boom di auto a noleggio e le aziende stanno interpretando al meglio il ruolo di acceleratore dell'innovazione tecnologica, puntando su un'offerta non più standardizzata, ma al contrario caratterizzata da grande elasticità e flessibilità. Con in aggiunta il ruolo sempre più importante della telematica di bordo.

Quali sono le tendenze più significative nel settore del noleggio?

Stiamo assistendo ad una progressiva rivoluzione del nostro vivere il bene auto. Il successo del noleggio e del car sharing sono identificativi di un crescente interesse di cittadini e imprese a sistemi di mobilità facili, con costi certi e inferiori rispetto alla proprietà. È in atto da tempo un cambiamento dell'offerta, pronta ed attrezzata ancora più di prima a individuare soluzioni specifiche per le esigenze della clientela, rendendo il concetto di flessibilità reale e declinabile. L'evoluzione della tecnologia sta facilitando ed accompagnando questo cambiamento dei costumi. E considerando che connettività, automatizzazione ed elettrificazione saranno i principali parametri di riferimento del nuovo modello di mobilità, il noleggio avrà sicuramente un ruolo ancora più rilevante. Il tutto ovviamente sempre più coniugato con il tema della sicurezza nella circolazione.

Un mercato in salute certificato da quali numeri?

Cinque anni di crescita, superata quota 1 milione di veicoli in flotta, un'incidenza sul mercato nazionale passata dal 16% al 23%. L'anno scorso record storico di immatricolazioni con 465.000 autovetture e 35.000 veicoli commerciali. Sui due versanti del breve e lungo termine i numeri attestano un business per davvero in corsa. Oltre 5,5

milioni di contratti di noleggio a breve, per un complesso di oltre 35 milioni di giornate e una flotta massima nel periodo estivo di 150.000 veicoli. Un portafoglio di 75.000 aziende di ogni dimensione e 3.000 PA, a cui si sono aggiunti i privati, arrivati a fine 2018 a quasi 40.000 contratti. Questi i principali indicatori del lungo termine la cui flotta circolante è arrivata a 900.000 veicoli, di cui 187.000 commerciali.

Quanto ed in quale maniera le applicazioni telematiche supportano i fleet manager nella gestione dei parchi?

La connettività della rete aziendale è diventata vitale; la risposta viene in particolare dall'evoluzione tecnologica, dall'integrazione degli strumenti telematici nella gestione delle flotte. Aumenta infatti la dotazione dei veicoli con sistemi che "colloquiano", utilizzando un'interfaccia adeguata alle esigenze. Dopo vari test, superando anche difficoltà interne, i fleet manager sono diventati tra i maggiori promotori di sistemi telematici per la gestione del parco e sono sempre più consapevoli della loro valenza in termini di ottimizzazione del lavoro, monitoraggio dei consumi, assistenza nei percorsi, aumento della sicurezza del veicolo e del driver. I servizi delle Black Box, infatti, si rivelano utili per contrastare i furti, migliorare la collaborazione con le aziende di noleggio per le attività di manutenzione e assistenza, premiare i driver attenti.

FLOTTE AZIENDALI: LA TELEMATICA SALE A BORDO

L'uso dei dispositivi telematici è sempre più diffuso a bordo delle flotte aziendali di qualunque dimensione: l'utilizzo nei grandi parchi è finalizzato principalmente alla protezione e semplificazione della gestione della flotta, mentre per i medio-piccoli i vantaggi riguardano in particolare la capacità di generare saving sui costi di gestione. Secondo l'indagine promossa da Top Thousand, la spinta dei noleggiatori verso la dotazione di Black Box a bordo del 100% dei veicoli si confronta spesso con timori e dubbi dei fleet manager che comunque sono convinti che l'equipaggiamento hi-tech aumenterà sensibilmente nei prossimi 12 mesi. Due i raffronti più interessanti proposti dalla survey, riguardanti in particolare la scelta di dotarsi di una Black Box e i principali vantaggi percepiti. La maggior parte delle grandi aziende che adottano la Scatola Nera, infatti, beneficia dei dati relativi ai furti (68%) e, a seguire della gestione dei crash (51%), della verifica dei consumi di carburante (37%) e del monitoraggio delle attività di manutenzione (34%). Un punto importante, evidenziato dal 29% degli interpellati, è l'analisi dello stile di guida dei driver, fondamentale per avviare una coscienza più ecologica e, allo stesso tempo, per incrementare la sicurezza. Infine, emerge che oltre il 50% di tutti i fleet e mobility manager intervistati crede, comunque, che la telematica nelle flotte avrà un futuro roseo e prevede che il numero dei veicoli in parco, equipaggiati con la Scatole Nera, aumenterà già nei prossimi 12 mesi.



Alla luce delle costanti innovazioni introdotte, quali dinamiche ci dobbiamo aspettare per prossimi anni?

Oggi le flotte aziendali ed il noleggio sono partner essenziale per l'industria e i servizi all'auto. Non solo per i volumi di veicoli, ma per il gigantesco indotto, attività che spaziano dalla digital mobility alla gestione di ogni aspetto della circolazione. Senza tralasciare le operazioni di test e di verifica dei nuovi modelli commercializzati. A questo bisogna aggiungere l'anticipazione di nuove tendenze nell'universo dell'automotive, come ad esempio è stata l'installazione dei navigatori, di pacchetti di optional per gli allestimenti business, delle Black Box e sarà degli ADAS, i sistemi di sicurezza avanzata. Il nuovo modello di business che comincia a delinearsi sulle nostre strade, in cui l'auto sarà parte di un sistema di mobilità integrato con servizi telematici offerti da provider diversi, vedrà le flotte aziendali, e specialmente il noleggio, in prima fila.

Insomma, il noleggio fa felici proprio tutti.

Oggi sì. E mi piace rimarcare, a ulteriore testimonianza del cambiamento, che se qualche anno fa il mondo dei concessionari assisteva preoccupato allo sviluppo del noleggio, oggi ne ha compreso la valenza a tutto campo, come moltiplicatore di attività, ivi compreso l'aftermarket. Da inizio anno i dealer e il canale dei concessionari hanno immatricolato quasi 35.000 veicoli uso noleggio, un sistema di servizi che aiuta nella delicata fidelizzazione del cliente.

CAR RENTAL SUPERSTAR, RECORD NUMBERS

A progressive revolution is influencing our way of approaching to cars. Car rental and car sharing popularity is representative of the increasing appeal, for both private citizens and companies, of an easier, cheaper and manageable mobility in comparison to vehicle ownership. A success that is witnessed by five consecutive years of growth on the national market, increasing from 16% to 23%. A significant change of the offer is underway since a long time and companies are now ready to customise their solutions on their clients' needs, resulting in effective, reversible flexibility. Technological evolution supports and assists such a change. Vehicles are increasingly equipped with devices that are able to "interact" with the customer through a personalised interface. Today, fleet managers strive to promote the use of telematic devices to improve vehicles management and control and they achieved a strong awareness of their strong potential in terms of activities, cost monitoring, road assistance and vehicles and driver's safety management. Black Box services are crucial in theft prevention, maintenance and assistance processes and to encourage a more virtuous driving style. Today, company's fleets and car rental services are essential partners of car and service industry. This new, successful business model that is increasingly influencing our driving experience will include vehicles into a new, integrated mobility system of telematic services offered by different providers; Fleet Management, and especially car rental companies, will play a key role in this process. *[Abstract]*





INVESTIMENTI 4.0 E LEASING CONNUBIO VINCENTE

Intervista con **Enrico Duranti**
Presidente ASSILEA

Il mondo Lease si sta avviando a una grande trasformazione, orientandosi sempre più all'offerta di servizi e info-telematica; digitalizzazione, prestazioni accessorie caratterizzano sempre più il prodotto finanziario delle aziende. E la recente partnership con Viasat è perfettamente sinergica a questa evoluzione del Lease, in particolare per quanto riguarda il segmento Auto.

L'Automotive 4.0 è l'ultima frontiera di una Industry che investe e compete sui mercati globali. In questo processo di innovazione che ruolo può giocare il leasing?

Direi che il leasing è lo strumento che si sposa naturalmente con entrambi questi elementi. L'Automotive è uno dei pilastri del nostro settore, come dimostrano anche i dati a consuntivo del 2018, e l'innovazione tecnologica, di cui il leasing è da sempre il motore, proprio con Impresa 4.0 ha avuto una fortissima accelerazione. Automotive e hi-tech si stanno fondendo, come sottolinea un rapporto pubblicato sul *Sole24Ore*. Non solo infotainment e guida autonoma, ma servizi integrati (per esempio nella prenotazione o nella condivisione dei veicoli), trasporto di persone a mobilità ridotta, ecc. Credo che proprio in quest'ambito, come nel settore dei beni strumentali, il leasing abbia la capacità di sviluppare al meglio le proprie caratteristiche di duttilità.

Su Industria 4.0, quindi, la sua valutazione è del tutto positiva?

Il Piano Industria e poi Impresa 4.0 hanno dato uno straordinario impulso alla crescita economica del Paese e al rinnovamento delle nostre aziende. Io credo che ci sia un collegamento molto stretto fra questa innovazione tecnologica e la crescita del Made in Italy e dell'export. Perché se normalmente l'attenzione si incentra sul bene, in

realtà questa trasformazione dell'impresa cambia il processo e coinvolge la formazione del personale.

Info-telematica e digitalizzazione sono trasformazioni che stanno investendo anche il mondo del Lease?

Questi sono due passaggi cruciali per il leasing. Non a caso su queste tematiche abbiamo centrato LEASE2019, il salone del leasing e del noleggio del 20-21 marzo scorso. Abbiamo aperto una finestra sul futuro parlando di Internet of Things. Abbiamo offerto una prospettiva sugli ambiti nei quali si applicano Analytics e Big Data da parte di società di leasing, renting e professionisti.

Infine Presidente, quali sono le performance che descrivono al meglio il settore?

Oltre la metà dello stipulato leasing ha riguardato il comparto dell'auto e, nonostante il recente rallentamento delle immatricolazioni, chiude il 2018 con un +4,1% rispetto all'anno precedente. A trainare il settore sono il noleggio a lungo termine di autovetture (+6,2%) e il leasing di veicoli commerciali (+7,3%). Il quadro generale

è però piuttosto difficile da interpretare, sia a livello macroeconomico mondiale ed europeo, sia di mercato italiano, in particolare per l'introduzione del c.d. bonus/malus sull'immatricolazione di nuove vetture.

4.0 INVESTMENTS AND LEASING A WINNING PARTNERSHIP

Automotive 4.0 is the ultimate frontier of an Industry whose aim is to invest and compete on the global market and leasing stands out to get combined with both elements. Automotive and hi-tech are now strictly connected. Infotainment and automatic driving, as well as integrated services (e.g. reservation procedures or car sharing), transport of people with reduced mobility, etc. Leasing can make the difference in such a field, as well as for the assets industry, thanks to its flexible mindset. Results are encouraging: more than a half of contracts that have been signed in this business concerns the car industry and, despite the decreasing number of enrolments, 2018 has been closed with a +4,1% in comparison to the previous year. The driving force of the field in represented by long-term car rental service (+6,2%) and commercial vehicles leasing formulas (+7,3%). Info-telematics and digital services will be the key words for the future of Leasing. It is not by chance that such topics have been the focal point of LEASE2019, the leasing and car rental exhibition of 20-21st of last March. A window has been opened on the future with the topic of the Internet of Things. From utilities to finance, from production to Public Administrations, we have offered a new vision of the fields in which Analytics and Big Data can be exploited at their best, with particular attention to the adoption of IoT technologies by leasing and renting companies and professionals. *[Abstract]*



L'intelligenza satellitare VIASAT

al servizio del **CarRent** e **Leasing**



Risparmio sulla polizza auto



Monitoraggio consumi e stato del veicolo



Riduzione furti



Verifica puntuale del chilometraggio



Assistenza H24 in caso di incidente, guasto o pericolo.



First in Safety, Security and Services

www.viasatonline.it





L'auto, dunque, sta diventando il punto centrale di servizi legati alla persona ed ai suoi spostamenti, immaginandola, in un futuro sempre più vicino, come parte di una costellazione di mezzi per la mobilità che includerà, a breve, anche il veicolo a guida autonoma.

L'avvento della connected car è quindi una risposta ad esigenze diverse?

Diverse, certamente, ma anche nuove esigenze. Mi riferisco all'utilizzo del tempo per svolgere altre attività all'interno del mezzo, ma anche a bisogni di sicurezza dal momento in cui, per esempio, su i lunghi tragitti autostradali i rischi legati alla stanchezza sarebbero annullati.

Non solo. In scenari neanche troppo futuri, possiamo immaginare piattaforme collaborative su cui sofisticati sistemi di data analytics supporteranno la profilazione degli utenti. Per fini assicurativi, già avviene, ma anche per governare, anticipandoli, i flussi di traffico sulle strade.

Per arrivare, infine, alla guida predittiva.

Non ci dobbiamo arrivare, ci siamo già. Sistemi di navigazione moderni regolati da apparati connessi hanno aperto le porte ad applicazioni che di gran lunga hanno superato, per efficienza e funzionalità, quanto fino ad oggi siamo stati portati ad utilizzare. Le applicazioni basate su dati generati autonomamente dalla comunità degli utilizzatori hanno ribaltato il paradigma. E, se ci riflettiamo, questo è il primo, vero, esempio di sistema che dalla generazione di dati da un veicolo aiuta la mobilità di altri veicoli. Il cammino è più che avviato, e sarà molto interessante.

I NUOVI SVILUPPI NELL'ECOSISTEMA DELL'AUTO CONNESSA

Intervista con **Sergio Tusa**
Presidente Telematics Service Providers (TSP) Association

L'Automotive si ritrova a fronteggiare un cambiamento epocale, legato a una nuova cultura della mobilità per persone e merci, ma anche a standard regolatori sempre più stringenti rispetto a sicurezza e ambiente. Stanno nascendo nuovi modelli di business abilitati dal digitale, che ridefiniscono la catena del valore, con nuove opportunità per i player tradizionali, per i technology giants, ma anche per le startup che vogliono conquistarsi uno spazio nuovo in uno dei più grandi settori industriali.

Come si sta evolvendo il mercato dei veicoli connessi?

Come premessa vale la considerazione che il settore delle auto viene costantemente influenzato dai cambiamenti tecnologici che, negli ultimi anni, stanno veramente ridefinendo i parametri di questo mondo. Le evoluzioni sono state inizialmente legate alla sicurezza passiva ed attiva, per arrivare ora alla contaminazione del mondo "mobile" con quello dei veicoli. Moduli di collegamento telematico installato a bordo delle automobili hanno aperto le porte allo sviluppo di servizi per le persone, per i veicoli stessi, e di servizi propri dell'ecosistema dell'auto.

Dalla connettività alla condivisione il passo è breve...

Certamente. Da questa tecnologia si sta anche ridefinendo, specie nelle grandi città, il concetto stesso di possesso del mezzo. Da un diffuso concetto di proprietà ad uno nuovo, più moderno. Mi riferisco al car sharing che, innovando, ha introdotto il "car as a service".

A NEW SCENARIO FOR CONNECTED CARS

The world of cars is constantly influenced by technological changes and these last few years are radically redefining the assumptions of this field. Such an evolution has been initially connected to passive and active safety. We are now witnessing the contamination of the "mobile" world with the industry of vehicles. On board telematics connection modules have opened the door to the development of services - for people and for the vehicles themselves - of services targeted to the car's ecosystem. The advent of the connected car is therefore a response to these new needs. I refer to the use of commuting time to carry out other activities within the vehicle, but also to safety needs in situations in which, for example, the risks associated with fatigue and stress could be canceled on long motorway journeys. And then, in possible future scenarios, we can imagine collaborative platforms on which sophisticated data analysis systems will support user profiling procedures. For insurance purposes - as it already happens - but also to control and predict traffic flows on the roads. Up to the predictive guide; in fact, this could be the first real example of a system that helps the mobility of other vehicles from the generation of data from a single car. The future is already under way and it will be very interesting. [Abstract]





YOUR BEST
INNOVATION PARTNER
www.vemsolutions.it



TELEMATICS DEVICES & ON-BOARD SYSTEMS

Design, engineering, testing, Hardware and Firmware



ELECTRONIC MANUFACTURING

Industrialization, supply chain and quality process



DATA PROCESSING & CUSTOMIZATION

Data collection & data transmission



IOT, BIG DATA & ANALYTICS

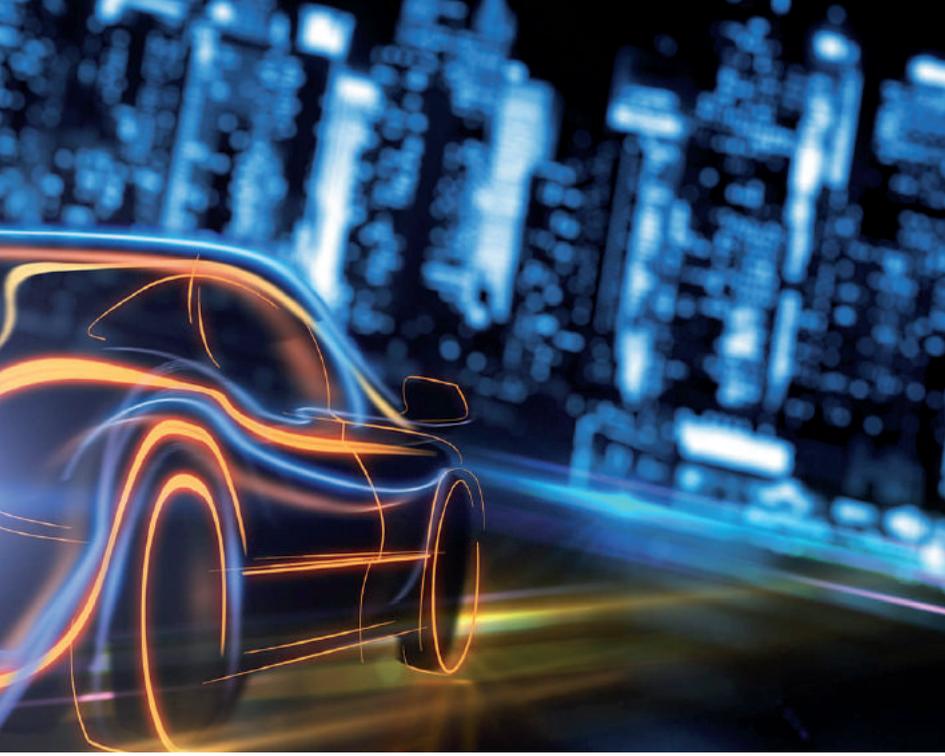
Raw and Big Data management and IoT telematics applications



SERVICE PLATFORMS

Development & design and service delivery

INNOVATION | DESIGN | R&D | ENGINEERING | MANUFACTURING | DATA ANALYTICS



europea che punta al dimezzamento dei morti sulle strade entro il 2030. In tal senso, il nostro impegno deve essere orientato nella duplice direzione dell'incremento quantitativo e qualitativo dell'attività di prevenzione, al fine di ridurre con maggiore efficacia il numero degli incidenti stradali più gravi e rafforzare in tutti la consapevolezza per una guida più sicura.

Sembra esserci una percezione di superficialità dei rischi tra gli automobilisti. È un'analisi corretta?

In effetti riscontriamo spesso una sottovalutazione del rischio legato a determinati comportamenti di guida imprudenti. Tra quelli più frequenti sono da segnalare la guida distratta – in particolare quella legata all'uso di smartphone e cellulari –, la velocità troppo elevata, il mancato rispetto della precedenza, l'uso eccessivo di alcool e sostanze stupefacenti. In ambito europeo, la Commissione ritiene che la guida distratta possa comunque essere causa o concausa di una percentuale variabile dal 10 al 30% di incidenti stradali.

Auto dotate di box telematiche, le più evolute capaci di intervenire anche sugli stili di guida e di prevenire situazioni potenzialmente pericolose. L'innovazione è decisiva in quest'ambito?

Tecnologia e sicurezza sono un binomio indiscutibile anche nel settore della sicurezza stradale. Ritengo che l'introduzione delle nuove tecnologie sui veicoli che possano intervenire efficacemente per prevenire situa-

zioni pericolose sia molto importante. La distrazione, infatti, può essere efficacemente contrastata con l'impiego di sistemi, molti dei quali già disponibili sulle autovetture, che intervengono in caso di pericolo per rallentare o fermare l'auto. Si tratta di un processo di evoluzione dei sistemi, che porterà gradualmente alla guida sempre più automatizzata, che deve essere incentivato. Per l'azione di controllo delle Forze di Polizia sarebbe utile anche prevedere l'introduzione su tutti i veicoli di scatole nere in grado di registrare il comportamento del conducente nei minuti precedenti o successivi ad un evento infortunistico.

Sicurezza significa anche accertare violazioni che ostacolano la corretta circolazione o impedire che vadano in giro auto senza assicurazione. Come intervenire?

A fronte di 54 milioni di veicoli circolanti in Italia, la Polizia Stradale e l'Arma dei Carabinieri esprimono giornalmente circa 12.700 patuglie; anche considerando il contributo degli altri Corpi di Polizia è evidente la sproporzione tra parco circolante e servizi di vigilanza. Lo strumento ritenuto più idoneo, flessibile e sostenibile per raggiungere gli obiettivi di sicurezza è perciò lo strumento tecnologico su quale è necessario investire risorse economiche. Naturalmente occorre precisare che i controlli di polizia sono sempre e solo strumentali ad un efficace controllo del territorio che apporti progressivi tassi di sicurezza. Non è in linea con questi scopi un'attività di controllo che si fondi sulla volontà di cogliere in flagranza il cittadino con metodi in stile di agguato, né mai l'attività

SICUREZZA STRADALE: IL RUOLO DELLA TECNOLOGIA

Intervista con **Roberto Sgalla**
Già Direttore Centrale delle Specialità POLIZIA DI STATO

La sicurezza stradale si fa sempre più Hi-Tech grazie alla larga diffusione degli open data e la cosiddetta "intelligenza artificiale" che consente, in modo sempre più preciso, la loro interpretazione. In questo hanno giocato un ruolo determinante le varie tecnologie ormai presenti a bordo: dalle scatole nere ai sistemi di geo-localizzazione. Strumenti che permettono di rilevare ogni serie di informazioni, da quelle legate al veicolo a quelle che riguardano lo stile di guida, i consumi e finanche i parametri esterni con i quali chi è al volante deve confrontarsi.

Le statistiche indicano che l'incidentalità stradale è ancora un fenomeno difficile da debellare. Qual è la sua considerazione?

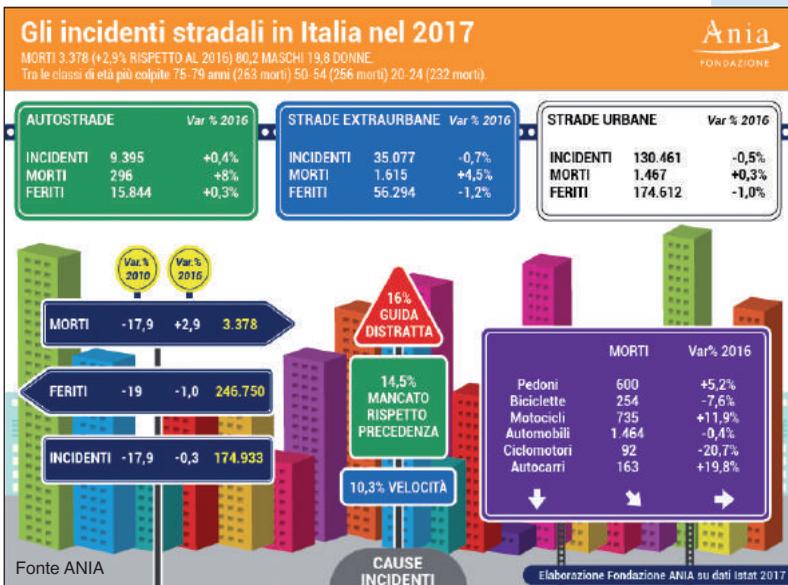
La sicurezza stradale è uno dei maggiori problemi che i Paesi europei devono affrontare. È un argomento sempre attuale e rappresenta una questione prioritaria in tutti gli Stati membri, a livello locale, regionale e nazionale. È ambizioso il Programma di azione



ROAD SECURITY: THE ROLE OF TECHNOLOGY

Road security represents a major issue for all European Countries. This ever present topic is a priority for each member State at local, regional and national level. The European Union has the ambitious goal of halving the number of road fatalities by 2030. In this sense, our commitment should be oriented towards the increase of quantitative and qualitative prevention activities, in order to be more effective in limiting the number of major accidents and to develop a sense of awareness towards a safer driving style. Even today, the risk connected to specific, dangerous behaviour is constantly underestimated. Reportable details include distracted driving – in particular as regards to smartphone and mobile-, high speed, not giving way to other vehicles, drink and drugs driving. Open data and the so-called “artificial intelligence” technologies represent a valuable help to prevent and fight unsafe behaviours, as well as to provide accurate information about driving style. Ultimate on board technology plays a key role in this process, from

Black Box to geolocation devices. Such tools are able to provide any kind of information on the vehicle, driving style, fuel consumption as well as those “external” factors that can affect drivers’ behaviour. Tools that have been proven to be successful in case of accident, thanks to the capability of calling medical aid. In emergency surgery, the so-called “golden hour” refers to the lapse of time - from a few minutes to several hours - in which a prompt medical treatment can avoid a patient’s death in case of major injury caused by a serious accident. It is known that chances of surviving a crash are increased by adequate treatment. This is why “intelligent” cars, equipped with on board telematic devices which are able to connect to emergency medical units in case of accident, facilitate the work of medical and healthcare operators. [Abstract]



sanzionatoria ha lo scopo di incrementare le entrate dell’Erario. La tecnologia apre poi a scenari di sviluppo di modelli operativi foriera di risultati confortanti. In questo settore molto è stato già fatto e si sta facendo. È necessario, tuttavia, proseguire sulla strada intrapresa per realizzare un sistema che, adeguatamente calibrato, possa portare sicuri e stabili effetti di prevenzione.

Secondo una indagine Ania, la frequenza dei sinistri causati da veicoli dotati di Scatola Nera è mediamente del 20% più bassa rispetto a quella dei veicoli senza alcuna dotazione. Questo è il segnale di una più attenta prestazione alla guida da parte di coloro che sanno di essere monitorati.

IL SOCCORSO? RAPIDO E TEMPESTIVO

A cura di ANAAO ASSOMED

La tempestività del soccorso medico e di diagnosi è fondamentale in termini di vite salvate o riduzione dell’entità del danno. In chirurgia d’urgenza, “l’ora d’oro” si riferisce al periodo di tempo che va da pochi minuti a diverse ore dopo una lesione traumatica causata da un incidente, durante il quale vi è la più alta probabilità che un pronto trattamento medico possa evitare la morte. È ben noto, infatti, che le possibilità di sopravvivenza di una vittima siano maggiori se si ricevono cure adeguate il prima possibile. Il trattamento efficace del trauma grave poggia interamente sulla possibilità di fare “le cose giuste entro un tempo giusto”, cioè agire in tempi rapidi ed in modo organizzato per curare le conseguenze dirette del trauma (l’effetto dell’impatto) ed il danno secondario agli organi vitali. Ecco allora che le auto intelligenti capaci di attivare in caso di crash i soccorsi, anche in automatico, attraverso dispositivi telematici installati a bordo, facilitano non poco il lavoro degli operatori medici e sanitari. Insomma, la tecnologia fa la differenza anche in questo settore. Siamo confidenti che si riusciranno ad ottenere risultati ancora migliori con la diffusione massiva della Scatola Nera sulle auto e con il sistema e-Call, finalmente obbligatorio per legge per le auto di nuova omologazione.



ABBIAMO DATO ASSISTENZA AD OLTRE 2 MILIONI DI PERSONE

Intervista a **Nicodemo Magliocca**
Operations Manager VIASAT S.p.A.

Il mercato delle soluzioni telematiche satellitari è una grande opportunità per lo sviluppo e l'innovazione del nostro Paese con tutti i benefici che ne potrebbero derivare. Se l'Italia sarà protagonista di questo cambiamento epocale lo vedremo. Certamente Viasat va in questa direzione, anche grazie ai servizi di assistenza e protezione offerti dalla sua Centrale Operativa.

Di che numeri stiamo parlando?

Grazie alla collaborazione e all'impegno dei nostri colleghi (150 operatori) il 2018 ci ha visti impegnati nel ricevere e garantire assistenza ad oltre 2 milioni di telefonate. Tutto questo è possibile grazie alla presenza sul territorio di 3 sedi operative perfettamente integrate e organizzate come backup una per l'altra. I tempi di reazione dal momento della chiamata di soccorso (manuale o in automatico) sono di 30 secondi.

Volendo parlare in termini operativi?

Stiamo parlando di una Centrale Viasat che gestisce quotidianamente interventi su incidenti, con verifica dello stato della persona che è in auto e l'invio sul posto del soccorso necessario. Eroghiamo il soccorso meccanico con l'invio del carro attrezzi in casi di problemi al veicolo e di soccorso medico in caso di malore del conducente o ancora di incidente. Fino ad arrivare all'invio delle Forze dell'Ordine in caso di aggressione. E non dimentichiamo poi gli interventi sui furti d'auto: i nostri operatori, attraverso i sistemi Viasat, ricevono l'allarme e monitorando gli spostamenti dei veicoli ne facilitano il recupero in percentuale nettamente superiore alla media nazionale. Tutti servizi questi che offriamo a qualunque ora (H24) per 365 giorni l'anno. Per singoli clienti o flotte aziendali.

La geolocalizzazione è la base di tutto, mi sembra di capire.

Certamente. Ed è attraverso la geolocalizzazione del veicolo che il cliente può ricevere il soccorso richiesto e l'azienda fornire una serie di opportunità aggiuntive. Non ultimo quello che Viasat ha realizzato recentemente: una piattaforma che prevede la satellizzazione di 400 carri attrezzi che vanno su e giù per le strade italiane per offrire un soccorso rapido e qualificato, erogato entro i primi 28 minuti. Al cliente viene inoltre offerto un servizio interattivo tale per cui, attraverso lo smartphone, è in grado di monitorare una mappa la posizione del carro rispetto al mezzo da soccorrere.

Accompagnate il cliente anche oltre la fase di soccorso quindi?

Sì. Non lo lasciamo mai solo. In caso di incidente, per esempio, si attiva 'Rimborso Facile': gli operatori specializzati della Centrale Viasat forniscono un'assistenza guidata nella compilazione del modulo CAI riducendo così il rischio di stesure errate e gestiscono casi

particolari. Offriamo inoltre un servizio che consiste nella certificazione dei dati di crash e dei percorsi attraverso una 'Perizia Telematica' fornita da Viasat tramite la quale è possibile ricostruire la dinamica dell'incidente. E al cliente mettiamo a disposizione i nostri professionisti legali in fase stragiudiziale e giudiziale.

Sicurezza e assistenza a portata di click?

Molti dei servizi appena descritti si possono trovare effettivamente all'interno di Viasat appS. Ideale quindi per chi desidera avere il massimo in termini di protezione e assistenza quando è alla guida. Un'applicazione che trasforma il dispositivo mobile in uno strumento unico di viabilità intelligente e sicurezza personale. È il mondo Viasat a portata di smartphone.

WE HAVE PROVIDED ASSISTANCE TO MORE THAN 2 MILLION PEOPLE

The market of satellite telematics solutions is a great opportunity for the development and innovation of our Country with all the benefits it could bring. We'll see in the future if Italy can be a leader of this paradigm shift.

Viasat is certainly going in this direction with its assistance and protection services, offered by our Operations Centre. Thanks to the collaboration and commitment of 150 operators, 2018 has seen us engaged in receiving and assisting more than 2 million phone calls. Such a result has been possible with the presence of 3 integrated and interconnected operational offices which managing each other backup activities. Reaction time from the moment of the emergency call (manual or automatic) has been quantified in 30 seconds and we ensure fast response in case of accidents, as well as a prompt verification of the driver's conditions including medical assistance and repair. We provide repairing assistance as we call tow truck service in case of mechanical failure and medical aid relaying basic data about the location of the accident. Law enforcement can be called in case of assault. Let us not forget interventions in case of theft: our operators receive a warning through our Viasat devices and they track the vehicle's movements thus allowing a significantly higher percentage of recovery. Today, driven by the increasing progress of technology, our Company can provide a series of additional opportunities. Viasat has recently developed a platform to localise and monitor a fleet of 400 tow trucks that our clients can easily track with our app; a prompt service that ensures a quick and qualified repairing assistance within the first 28 minutes.

All these services are included in our latest Viasat apps. An ideal solution for drivers in search of the highest standards in terms of protection and assistance. Smartphone and other devices become unique tools for smart mobility and personal safety. [Abstract]



“Scatta l’obbligo del sistema “eCall” su tutte le vetture di nuova omologazione.”

Per tutte le altre
c’è Viasat!



First in Safety, Security and Services



www.viasatonline.it



LA RIVOLUZIONE DIGITALE E LA NASCITA DEL DEALER 4.0

Intervista con **Alessandro Cavallo**
Sales Manager KAIROS-SYSTEM



La digitalizzazione sta trasformando il settore automotive in modo radicale e rivoluzionario. Il comparto sembra essersi rimesso in moto e questo grazie alla ripresa della domanda da parte dei consumatori che oggi vogliono nella fruizione dell'auto la stessa esperienza innovativa che stanno sperimentando con i beni di largo consumo e i servizi hi-tech. Per questo, i produttori di auto e le concessionarie non possono ignorare la necessità di integrare appieno tutte le attività operative legate al processo di acquisto e del post-vendita e devono collaborare oggi più che mai per creare un'esperienza multicanale unificata e omogenea che soddisfi i propri clienti e aumenti la fedeltà al brand.

Anche il settore automotive corre a perdifiato in direzione dell'IoT e dell'hi-tech. Ma i concessionari oggi sono pronti a carpirne tutti i segreti?

Mediamente no. Basti pensare che più di metà dei siti web (56%) non è aggiornata con le funzionalità di base e che questa casistica si ridurrebbe ulteriormente se non fossero guidati da consulenti o obbligati dalle case.

Parola d'ordine: fidelizzare il Cliente nel post-vendita. Attraverso quali soluzioni?

Da distinguere tra concessionari di brand o multibrand. Per quanto concerne la prima categoria le soluzioni sono offerte grazie all'utilizzo imposto dalle case di DMS, ma pochi hanno BDC efficienti. Mentre per quanto concerne i concessionari (generici e non legati ad un brand) ci si affida o all'affiliazione con Franchisee oppure al rapporto con il cliente. Solo pochi di quest'ultimi utilizzano CRM adeguati. Questo è ciò che accade oggi. Il futuro riserva una mobilità sempre più connessa e guidata essenzialmente dalle implementazioni tecnologiche (car connect) offerte dalle case. Ciò anche perché sta cambiando il concetto di mobilità.

Un 'dealer 4.0' che sappia sfruttare appieno le tecnologie digitali per soddisfare tutte le esigenze del cliente, quindi. Sul tema come reagisce il mercato?

Dal mio punto di vista il mercato è pronto. Oltre il 70% dei clienti in età compresa tra i 30 ed i 45 anni apprezza le soluzioni tecnologiche e la connettività ed i servizi ad essi correlati, mentre dai 45 in su la percentuale scende ma aumenta l'attenzione verso la sicurezza. In generale il tema lot e Big Data è argomento di discussione su tutte le manifestazioni legate alla mobility.

In questo percorso descritto, quanto è importante avere come partner Viasat?

Viasat rappresenta un'ottima alternativa all'egemonia sulla raccolta dei dati ed è un partner affidabile per tutti sia in ottica di Branding che di progetto. È estremamente importante traghettare i dealer 4.0 verso il significativo cambiamento che interessa il mercato. Ciò richiede capacità produttiva, ma anche sviluppo e soprattutto competenze trasversali.

Per coloro che restano indietro sul tema innovazione, quali sono i rischi?

I rischi sono di perdere il contatto con il cliente che, per natura, è sempre meno fedele e che l'offerta non sia adeguata ai fabbisogni di connettività e di sicurezza che il mercato richiede con evidente perdita di portafoglio e valore.

VIASAT DEALER PORTAL: L'OFFICINA DEL FUTURO

Di **Francesca Prisco**
Business Development VIASAT S.p.A.

L'automobile è sempre più tecnologica, ricca di contenuti digitali che vanno dalla connettività del veicolo all'ormai non più futuristica guida autonoma. In questo nuovo scenario un'ampia gamma di soggetti dovranno collaborare per offrire soluzioni all'altezza delle aspettative del mercato: case automobilistiche, colossi tecnologici, società di telecomunicazioni, media/entertainment, startup e fornitori di servizi di assistenza. Se l'obiettivo è quello di utilizzare la telematica per fidelizzare cliente e gestire in maniera efficace non solo la vendita, ma anche il post vendita, favorire il ritorno sul service, ottimizzando il business, il Viasat Dealer Portal, è certamente uno strumento formidabile nelle mani dei concessionari.

COME FUNZIONA. Il Viasat Dealer Portal consente al dealer di non perdere il contatto con il Cliente. Attualmente, dopo l'acquisto i concessionari utilizzano strumenti che permettono solo di fare delle stime sugli eventuali passaggi in officina dei mezzi. Partendo invece dall'analisi dei dati forniti dalle box Viasat (K-Box e S-Box), si ha a disposizione il reale chilometraggio del veicolo, con il vantaggio di garantire una puntuale e corretta manutenzione, ma non solo: tagliandi, diagnosi, controlli, scadenze assicurative, ecc... Inoltre, il Viasat Dealer Portal è un sistema aperto, che si interfaccia con altri CRM, qualora il dealer voglia continuare a utilizzare quello di cui si è già dotato. Tutte le informazioni, infatti, vengono eventualmente canalizzate in quest'ultimo. I concessionari che attivano Viasat Dealer Portal hanno a disposizione un help desk tecnico di supporto, oltre alla formazione e alla consulenza per la ge-

VIASAT DEALER PORTAL.IT

Un portale dedicato ai **concessionari** per gestire il **post vendita** e favorire il ritorno sul service. Ottieni il massimo grazie all'**antifurto satellitare integrato**, all'**assistenza** e alla **telediagnosi** in tempo reale.

- Diagnostica di bordo sotto controllo**
- Strumenti di marketing personalizzati**
- Consulenza automotive specializzata**

stione di questa soluzione all'interno dei processi della concessionaria.

QUALI I VANTAGGI. I vantaggi sono molti e di varia natura. La Diagnostica di bordo permette di controllare da remoto e in tempo reale lo stato dell'auto, rilevando l'eventuale anomalia, anticipando così la richiesta di intervento. Strumenti di marketing personalizzati consentono di organizzare le attività di manutenzione ordinaria in base a scadenze temporali e chilometriche e le attività di manutenzione straordinaria con il supporto di alert diagnostici automatici. Inoltre il dispositivo Viasat, installato a bordo del veicolo, funziona anche come un localizzatore satellitare e comunica costantemente con la Centrale Operativa Viasat, offrendo al cliente finale servizi di sicurezza – antifurto e assistenza in caso di incidente –, oltre alla diagnostica e ai controlli da remoto delle eventuali anomalie.

COME SI ATTIVA. Il Portale si caratterizza per l'estrema facilità di utilizzo. Le box Viasat si interfacciano, in modo diretto e sicuro: con l'applicativo web Viasat Dealer Portal basta accedere tramite login per essere costantemente informati sullo stato di salute dei veicoli, oltre a poter ricevere in real time gli alert impostati (su diagnostica o altro), in funzione della propria strategia di gestione del Cliente.

COME RICHIEDERLO. Oltre ai canali diretti, il Viasat Dealer Portal è proposto anche tramite la partnership con Mapfre Warranty e Kairos (società di consulenza con pluriennale esperienza nei servizi commerciali di telemetria e di telediagnosi). In commercio già da diverso tempo, sta riscuotendo un enorme interesse: un trend in costante crescita forte anche del brand Viasat. Il costo di attivazione, per i dealer, è incluso nel pacchetto di acquisto delle box Viasat ed è completamente assorbito dalle proposizioni commerciali del concessionario.

THE DIGITAL REVOLUTION AND THE LAUNCH OF 4.0 DEALER

Digitalisation imposes a radical and revolutionary change into the world of automotive. The industry restart has been made possible with the increasing request of innovative experience and services that customers are already testing through the use of hi-tech and fast-moving consumer goods. For this reason, automakers and dealers should not ignore the necessity to integrate all the operational activities connected to purchasing and assistance processes and, today more than ever, should co-operate on the creation of unified, multichannel experiences to satisfy their customers and increase brand loyalty. If the goal is to use telematics to build customer loyalty and to effectively manage not only sales but also after-sale processes as well as working on customer retain and business optimization, our Viasat Dealer Portal is certainly a formidable tool. Today's tools only allow dealers to make possible estimates on return of vehicles for ordinary and extraordinary maintenance works. Data analysis provided by Viasat box (K-Box and S-Box) can obtain remote and real time information on the vehicle, detecting anomalies and anticipating assistance requests. Tailor-made marketing tools ensure the possibility of planning ordinary maintenance activities based on temporary and kilometric deadlines (inspections, diagnosis, checks, etc) and extraordinary intervention in case of anomalies with the use of automatic alerts. Viasat devices can be used as satellite locators and are always connected to Viasat Operation Centre to offer our customer effective safety services such as assistance and anti-theft function in case of accident. [Abstract]





TORINO PARTE CON LA SPERIMENTAZIONE

Intervista con **Paola Pisano**
Assessore all'innovazione
CITTÀ DI TORINO

Che obiettivi vi siete dati col Progetto Steve?

Il progetto Steve è molto importante e conferma le ambizioni di questa Amministrazione nel campo dell'innovazione e della mobilità dolce. L'obiettivo è quello di avere le auto all'interno della città che facciano sperimentazione al fine di rispondere a tutta una serie di problemi: dalla qualità dell'aria, alla gestione del traffico, alla sostenibilità. Un secondo aspetto, non meno importante, è quello di attrarre un maggior numero di competenze sul territorio capaci di lavorare poi su queste nuove tecnologie.

A tal proposito, intorno a questo Progetto si contano diverse eccellenze del territorio, come il Politecnico di Torino, la VEM Solutions, società del Gruppo Viasat, Jac Italy e Ideas&Motion. Può essere un modello per sviluppare politiche industriali di distretto?

Certamente sì. È nostra intenzione creare distretti su specifiche priorità tecnologiche che vedranno la più grossa crescita nei prossimi 10 anni. Stiamo parlando certamente del settore dell'Automotive, quindi auto autonoma ed elettrica e mobilità sostenibile. Ma anche dell'Aerospace e droni per la movimentazione di merci e persone; delle Telecomunicazioni 5G e servizi a banda larga; della robotica collaborativa all'interno della città. Abbiamo tutto per far bene: un centro di eccellenza come il Politecnico, aziende del territorio e non ricche di conoscenze e competenze e una Pubblica Amministrazione attenta e partecipativa. Siamo certi che da qui può nascere un modello virtuoso.

Oggi le tecnologie per le città sono in grado di produrre una mole incredibile di dati. I Comuni come possono sfruttarli per sviluppare servizi sempre più vicini ai bisogni del cittadino?

I dati sono oggi necessari per attivare politiche performanti sul territorio. In tal senso abbiamo creato un Team all'interno della città al fine di raccogliarli, analizzarli, renderli efficienti e metterli in modalità open. Le informazioni che ne derivano sono, per la nostra amministrazione, un asset strategico tendente alla personalizzazione del servizio al cittadino, ad attrarre nuove aziende, ad avviare nuove iniziative per la città. I dati sulla movimentazione delle persone, ad esempio, sono stati utilizzati per delineare i tracciati della Metro 2.

PROGETTO STEVE TESTA LA MOBILITÀ ELETTRICA

Di **Marco Annoni**
CEO VEM SOLUTIONS

La modalità elettrica ed eco-sostenibile sta assumendo un ruolo sempre più importante nell'ambito della mobilità urbana, complice l'inquinamento e il crescente costo dei carburanti fossili. Torino e Venaria Reale sono città pilota, insieme a Calvià (Spagna) e Villach (Austria), del progetto di ricerca europeo 'Steve' – Smart-Taylored L-category Electric Vehicle demonstration in heterogeneous urban use-cases – per lo sviluppo di un veicolo elettrico leggero di piccole dimensioni e di nuova generazione. Una city e-car altamente innovativa, realizzata in parte in stampa 3D, che rappresenta una valida risposta alle annose criticità che attanagliano oggi i centri urbani, come appunto la congestione del traffico o l'inquinamento. Il veicolo farà parte di un ecosistema di mobilità più ampio che integrerà anche i network di car/bike/scooter-sharing e, ovviamente, la rete di trasporto pubblico. Il piccolo quadriciclo elettrico è un mezzo dotato di sofisticate strumentazioni che forniscono informazioni importanti per la gestione dei mezzi e la loro efficienza. Per aumentare l'uso dei veicoli elettrici, un certo numero di servizi a supporto dovranno essere sviluppati, implementati e resi disponibili ai cittadini europei. VEM Solutions, società del Gruppo Viasat, è l'unico provider

telematico coinvolto nel progetto a cui è stato affidato il compito di sviluppare e sperimentare tutta la telematica di bordo del veicolo. I dati rilevati dall'unità di bordo serviranno ad analizzare e calcolare per autonomia massima dichiarata dalla casa, tra i modelli in vendita sul mercato italiano, elaborando l'effettiva autonomia del pieno elettrico e, di conseguenza, il costo chilometrico. Parliamo di dati che, ad oggi, sono soggetti a differenze notevoli, poiché i consumi, come per le auto con motore tradizionale, variano in base allo stile di guida, alla velocità di marcia, al percorso affrontato, al peso che deve trasportare la vettura,

alla tipologia di strada. A tutto questo, nel caso dei veicoli elettrici, si aggiungono anche altri fattori, come la temperatura esterna che influisce sulla quantità di energia impiegata. Grazie alla telematica si può fornire un servizio evoluto all'automobilista per superare quella resistenza alla mobilità elettrica dettata dall'ansia di rimanere senza carica. Inoltre, saranno previsti anche meccanismi di gioco che vedranno il cittadino misurarsi con se stesso su obiettivi di consumo per andare dal punto A al punto B allo scopo di creare una maggiore consapevolezza sulla mobilità elettrica.

THE STEVE PROJECT A TEST FOR ELECTRICAL MOBILITY

The idea of sustainable, electrical mobility is a growing trend since air pollution and fuel costs are a recurring problem of urban living. Torino and Venaria Reale, together with Calvià (Spain) and Villach (Austria) are pilot cities of the European research project 'Steve' – Smart-Tailored L-category Electric Vehicle demonstration in heterogeneous urban use-cases – for the development of a brand new, smart, and light electrical vehicle. A highly innovative e-city car, partly assembled by 3D printers, that will provide a valuable response to the problems of urban living, such as congestion and air pollution. VEM Solutions – a company of Viasat Group that was born from the merger of Elem S.p.a. and Vem Solutions S.r.l. – is the only telematic provider involved into the ambitious plan of developing and experiencing innovative, telematic, and IoT solutions for the future years as well as to implement and enhance our driving style and overcome the mental resistance towards electrical mobility.

The Steve project, which involves 21 partners among Universities, public administration and SME, whose role will be crucial in the development of required technologies, will have a budget of 7,5 million funded by Horizon 2020. [Abstract]



LA SHARING MOBILITY CONQUISTA SEMPRE PIÙ PERSONE

A cura di **THE INNOVATION GROUP**



Oltre alla crescita dei veicoli elettrici, anche la Mobilità Condivisa (Sharing Mobility) sta dimostrando dinamiche di sviluppo importanti. Sempre grazie ad innovazioni digitali come la diffusione di massa di smartphone e servizi internet, stanno prendendo piede i nuovi modelli di mobilità condivisa (carsharing, bikesharing, carsharing peer to peer, scootersharing, carpooling o ridesharing) o le evoluzioni dei modelli tradizionali in ottica ICT-enabled (come nel caso del Microtransit, via di mezzo tra un autobus e un taxi, in cui viene offerto un servizio di autobus con piccoli mezzi che, rispetto ad un percorso fisso, sono in grado di ridefinire dinamicamente il tracciato in funzione della domanda che si manifesta in un'area d'influenza predefinita). Oggi in Europa meno dell'1% degli spostamenti è effettuato con servizi di mobilità condivisa, ma l'analisi "Five trends transforming the Automotive Industry" di PwC9 prevede che la quota possa arrivare al 10% del chilometraggio percorso entro la seconda metà del 2020 e al 35% entro il 2030.

Secondo l'Osservatorio Nazionale Sharing Mobility, nel triennio 2015-2017, il totale dei servizi di mobilità condivisa, considerando tutti i segmenti (carsharing, bikesharing, scootersharing, carpooling, aggregatori) è aumentato mediamente del 17% all'anno per arrivare a un totale di 357 nel 2017. Secondo l'Osservatorio, sono 18,1 milioni gli italiani che avrebbero potenzialmente la possibilità di usufruire di almeno un servizio di mobilità condivisa, cioè il 28% della popolazione italiana (una buona fetta di popolazione, residente in 278 Comuni che però rappresentano soltanto il 3% dei circa 8mila Comuni esistenti alla data considerata). Da segnalare però che questa diffusione del fenomeno sul territorio dipende molto dalla numerosità di servizi di bikesharing (rappresentano il 76% dei servizi di sharing mobility) di cui si sono dotati molti Comuni di dimensioni medie e anche piccole. Anche l'aumento della flotta italiana di veicoli in condivisione – arrivato a 47.700 unità - dipende principalmente dal raddoppio della flotta di biciclette in condivisione. Guardando nello specifico al Carsharing, in Italia si è superato la soglia di 1 milione di iscritti con quasi 8mila veicoli e oltre 35 città interessate. Milano, Roma, Torino e Firenze le aree in cui si mostra la progressione più importante.

Da notare, infine, il fatto che Mobilità Condivisa e riduzione delle emissioni grazie a veicoli elettrici sembrano indicare una via sempre più da percorrere: nelle città italiane, il numero di veicoli (carsharing e scootersharing) elettrici è cresciuto di 3,5 volte in tre anni, passando dai circa 620 mezzi del 2015 ai 2.200 circa del 2017, rappresentando nel 2017 il 27% del totale circolante.

La scelta di Viasat di abbracciare la soluzione di mobilità sostenibile BePooler s'inserisce perfettamente con lo studio Company Car Benefits Survey secondo cui oltre la metà delle aziende italiane intende rivedere la propria politica per quanto riguarda le auto aziendali.

L'intelligenza al servizio della città.

Una suite all'avanguardia
per la sicurezza del
territorio e dei cittadini.

Street Control è il **prodotto di riferimento per la sicurezza stradale** che garantisce l'operatività in **modalità statica e dinamica**.

Il sistema di sanzionamento dinamico **più utilizzato da anni nelle più grandi città italiane, l'unico e originale, con ben 2 brevetti di sistema.**
Scegli il meglio, scegli Street Control.



STREET CONTROL

AGENTI PIÙ EFFICIENTI,
CITTÀ PIÙ SICURE

Powered by
Helian a D.S. Division



Address

s.s. 150 km 10 - zona ind.le
64024 Notaresco (TE) - Italy

Telephone

+39 85 89 80 184

Email

support@helian.it

Website

www.streetcontrol.it



GRUPO DETECTOR: IL CLIENTE AL CENTRO

Di **Jose Ignacio Rubio Gonzalez**

Direttore Commerciale e Marketing GRUPO DETECTOR

Grupe Detector, azienda spagnola con oltre 20 anni di esperienza nell'ambito della sicurezza e dei servizi telematici, è entrata a far parte del Gruppo Viasat nel 2018. Attualmente è leader nel recupero di veicoli rubati grazie ai suoi numerosi accordi con realtà territoriali pubbliche e private. In ambito mobilità, è uno dei principali fornitori di servizi telematici del mercato assicurativo e leasing in Spagna attraverso le offerte esclusive Pay As You Drive (PAYD). Per quanto riguarda l'area IoT, offre attività di consulenza alle grandi aziende, basata sulla valutazione e sull'analisi dei dati. Questo consente di mantenere un atteggiamento proattivo e di collaborazione verso il cliente tendente all'ottimizzazione dei processi aziendali, a supporto dello sviluppo del loro business. Detector offre soluzioni personalizzate nel

l'ambito della sicurezza e della mobilità, per rispondere a qualsiasi esigenza: Detector Connect consente ai clienti di ricevere informazioni in tempo reale sulla posizione del proprio veicolo tramite la nostra App Detector Drive. Il prodotto include funzioni aggiuntive come "Anchor" (invio di notifica quando il veicolo viene messo in moto senza l'ausilio della chiave di accensione), "Towing" (quando il mezzo viaggia senza la stessa chiave) ed "eCall" (invio di notifica in caso di collisione). Detector Basic è la soluzione specifica per la localizzazione e il ritrovamento di veicoli rubati: grazie al nostro accordo con le Autorità spagnole, siamo in grado di garantire il recupero del 95% dei mezzi sottratti in una media di 2,5 ore. Detector Premium è il connubio perfetto tra i nostri prodotti Basic e Connect, che permette al cliente di verificare la posizione del

proprio veicolo e recuperarlo in caso di furto. Comprende inoltre il pacchetto completo di funzioni aggiuntive. Infine Detector Onbike è la soluzione perfetta per la localizzazione delle motociclette – attraverso l'App Detector Drive – e include servizi aggiuntivi come la localizzazione e il recupero in caso di furti.

Grupe Detector is a security and telematics services company, part of Viasat Group since 2018, with almost 20 years of experience in the security and mobility markets. Our focus is on the client, basing our offer on innovation and efficiency, through value-added services tailored to the specific needs of our customers, seeking the transformation of their business affairs. Detector is the leading company in stolen vehicles recovery services in the Spanish market, with many agreements with both public and private companies.



VIASAT TECHNOLOGY: UNA MOBILITÀ NUOVA PER LO STAFF AZIENDALE

Di **Ivaylo Georgiev**

CEO VIASAT TECHNOLOGY

Dalla Bulgaria ecco SmartTracker Car Sharing, ultimo ritrovato della tecnologia Viasat Technology dedicato a tutte le aziende che desiderano garantire ai propri lavoratori una mobilità efficiente, sostenibile e sicura. Le grandi realtà necessitano di un parco macchine condiviso da mettere a disposizione dei propri dipendenti. Questa soluzione permette di riservare un'auto aziendale – prenotata in modo semplice, attraverso computer o smartphone – ogni volta che si renda necessaria una trasferta o un incarico al di fuori dell'azienda. SmartTracker Car Sharing è particolarmente adatta alle aziende dotate di una flotta consistente; il sistema automatizzato permette al fleet manager di gestire in piena efficienza e velocità le richieste di centinaia di dipendenti, garantendo una disponibilità certa dei mezzi aziendali e otti-

mizzando le varie richieste. Tutte le richieste di utilizzo di un veicolo aziendale devono essere processate attraverso l'utilizzo di un portale o smartphone. I dipendenti dovranno motivare la richiesta del mezzo, specificare il periodo in cui questo debba essere messo a disposizione e riportare i nominativi di eventuali accompagnatori. Il sistema permette di monitorare accuratamente ogni richiesta e fornire specifiche in merito ai dipendenti che guideranno un determinato veicolo.

Il sistema offre inoltre un servizio di carpooling per aziende dotate di un significativo parco macchine. E grazie alle sue funzioni integrate introduce un nuovo concetto di mobilità per lo staff aziendale. Un crescente numero di imprese in tutto il mondo sta adottando questo nuovo concetto di mobilità condivisa, con un conseguente aumento della propria efficienza e un significativo risparmio.

Viasat Technology, based in Bulgaria (Sofia), is a leading company in the regional market with a commercial proposition of products and services related to the world of Fleet Management. Viasat Technology offers its customers a complete and secure Fleet Management solution, through the optimization of logistics operations with the aim of reducing management costs. Our solutions are based on the EuroGPS eVehicle, an integrated telematics software platform, which, together with the SmartTracker (GPS monitoring device), allow you to customize and better integrate products and services based on customer needs. All our solutions are modular and take into account the particular specificities of the sector and the size of the vehicle fleet.



METTI IN MOTO LA SICUREZZA



Intervista con **Andrea Dell'Orto**
Presidente Confindustria ANCMA ed EICMA S.p.A.

Un tempo era pura passione. Ora più che altro è un mezzo veloce, meno dispendioso e meno inquinante tra quelli motorizzati per migliorare la propria circolazione, per ridurre i tempi di percorrenza ed evitare di rimanere in coda nel traffico. La moto, oggi anche lo scooter, rispetto al passato non rappresenta più un simbolo di libertà, ma di necessità. Anche se il pericolo di rimanere coinvolti in incidenti o vittime di furto è sempre dietro l'angolo.

Quali sono le tendenze in atto nel settore delle due ruote a motore?

La tendenza più significativa dal nostro punto di vista viene dal mercato. In un momento segnato maggiormente dalla contrazione in molti ambiti che da segni positivi, il settore delle due ruote è in crescita. E a crescere in modo interessante sono coloro che scelgono la moto come soluzione per i propri spostamenti. La passione evidentemente rimane una delle motivazioni più forti all'acquisto, ma accanto a questa stiamo notando che le due ruote si stanno gradualmente affermando come una risposta sostenibile ed autorevole alle nuove esigenze di mobilità, che provengono soprattutto dai contesti urbani.

Certo la passione, ma spesso anche il rischio. Il motociclista è ancora un utente vulnerabile sulla strada?

Sì, anche se, considerando i veicoli circolanti, il numero di incidenti in Italia è ridotto rispetto ad altri stati europei come Gran Bretagna e Francia. È doveroso sottolineare che nel nostro Paese le condizioni delle strade siano ancora una concausa rilevante. Per noi la sicurezza è una priorità. Le case motociclistiche e i fornitori di componenti tecniche investono costantemente in ricerca e sviluppo per innalzare gli standard di sicurezza attiva delle moto. E anche i produttori di abbigliamento tecnico hanno introdotto negli ultimi anni importanti evoluzioni in questo ambito: il nostro lavoro è valorizzare e armonizzare questo impegno, che tuttavia non può essere vanificato da fenomeni esterni come la trascuratezza nella manutenzione del manto stradale e delle infrastrutture.

Dispositivi GPS capaci di intervenire anche automaticamente in caso di bisogno. Innovazione fa rima con sicurezza anche in questo settore?

L'innovazione è una caratteristica preponderante nel nostro settore. L'industria di riferimento sta lavorando su sistemi di emergency call sulla base di norme europee già definite nella direzione di aumentare la sicurezza per i motociclisti. Confindustria ANCMA, insieme agli associati, sta giocando un ruolo attivo in questo senso per definire proprio in ambito europeo uno standard per la progettazione di sistemi emergency call adattabili su capi di abbigliamento e caschi.



SLIMBOX

L'antifurto satellitare con Emergency call per



SOS CHIEDE AIUTO PER TE, IN CASO D'INCIDENTE

LOCALIZZA E RITROVA LA TUA AUTO/MOTO ENTRO 72 ORE, IN CASO DI FURTO

AUMENTA LA TUA SICUREZZA, CON L'ASSISTENZA DELLA CENTRALE OPERATIVA VIASAT



First in Safety, Security and Services



PUT SAFETY IN MOTION

Once it was just for passion. Today, it's also a faster, cheaper, and less pollutant mean of transport to speed up commuting time, switch up your route, move through traffic jams and optimize drive times. Motorbikes –and scooters as well– are not just a symbol of freedom, but benefits of commuting on a motorcycle far exceed those of driving a car. Even though it should be recalled that bikers are still vulnerable road users that are at greater risk to bear the greatest burden of injury. Relevant industries are working –maybe slightly too late– to increase motorcycle safety through the use of emergency call functions, on the basis of existing European law whose aim is to reduce the number of accidents involving two-wheelers. Motorcycle-oriented technology has always had –and still has– a radically different approach in comparison to those dedicated to the world of four wheel vehicles.

ABS, for instance, has been adopted in recent times by the motorcycle industry. Now that technologies have arrived to maturity, the goal should be to encourage the widespread use of telematic devices to route the event (theft, collision, mechanical failure) automatically to emergency units, same as for cars. Viasat 'Slim Box Moto' has been on the market for some years

now; our small-sized satellite system includes all the features and peculiarities of a highly advanced "insurance Black Box". SlimBox Moto is a user-friendly control-unit plug that can be easily retrofitted. Its GPS and GSM/GPRS technology sends the location and routes emergency units via Viasat appS for fast professional/medical help 24/7. As an incentive to driving with safety features, insurance providers apply discount for having them on your vehicle. According to ANICMA (Industry Italian National association), users can have an up to 25% discount on their rates, with a high of 200 euro for scooters and 350 for cars. [Abstract]

SLIMBOX: LA TECNOLOGIA CHE AIUTA I MOTOCICLISTI

Tradizionalmente la tecnologia automobilistica in tema di sicurezza ha avuto ed ha attualmente un passo molto diverso da quella motociclistica. Basti pensare all'ABS, che per le moto è arrivato in un secondo tempo. Ciò è dovuto ad un diverso volume di investimenti da parte dei due settori ma anche a caratteristiche endemiche tanto differenti. Raggiunta oggi però la maturità tecnologica, l'obiettivo è quello di favorire anche la diffusione di dispositivi telematici utili a attivare i soccorsi (in caso di furto, ma anche di incidente o guasto meccanico) proprio come avviene sulle auto. Sul mercato, da qualche anno, è presente SlimBox Moto di Viasat, sistema satellitare di piccole dimensioni che possiede tutte le funzionalità e le caratteristiche proprie di un'avanzatissima "Scatola Nera assicurativa". SlimBox Moto è una piccola centralina, da installare a bordo e dotata di tecnologia GPS e GSM/GPRS che funziona da localizzatore e, tramite la Viasat appS, da emergency call per ricevere qualunque tipo di soccorso H24. Le funzioni del dispositivo, infatti, consentono di registrare, memorizzare e comunicare alla Centrale Operativa Viasat i dati di percorrenza e quelli di un eventuale sinistro, consentendo di individuare con precisione la posizione della moto. Così, in caso di incidente, il sistema invia un allarme automatico e geolocalizzato alla Centrale che si attiva per l'assistenza garantendo l'invio immediato del soccorso medico. In caso di furto la Centrale contatta rapidamente le Forze dell'Ordine in modo da favorire il ritrovamento del mezzo. Infine, in caso di semplice guasto, il motociclista può contattare Viasat che garantirà l'invio sul posto del carro attrezzi. C'è poi la ricaduta sul versante assicurativo: l'esistenza di sistemi telematici a bordo del veicolo dovrebbe consentire anche un risparmio sulle polizze. Secondo le stime ANICMA, può portare una riduzione del 25% sul costo assicurativo, con punte di 200 euro per gli scooter e 350 euro per le moto.

Perché non accelerare l'integrazione di tecnologie utilizzate in ambito Automotive per rendere la moto sempre più connessa e sicura?

È già un obiettivo reale a cui stanno lavorando le case produttrici. Esiste, ad esempio, un accordo volontario tra i costruttori a livello europeo per introdurre entro il 2020 almeno un modello di moto in gamma dotato di un sistema intelligente di trasporto di tipo "cooperativo". La nostra industria dimostra quindi di essere molto attiva su questo orizzonte, che vede inevitabilmente un maggiore sviluppo ed integrazione anche nelle due ruote di sistemi ITS vehicle-to-vehicle e vehicle-to-infrastructure.

Sul mercato, da qualche anno, è presente SlimBox Moto di Viasat, sistema satellitare di piccole dimensioni che possiede tutte le funzionalità e le caratteristiche proprie di un'avanzatissima "Scatola Nera assicurativa". Come dire: sicurezza e risparmio alla portata di tutti.

LA BICI DI DOMANI? ELETTRICA, CONNESSA, SICURA

Intervista con **Paolo Franchi**
Ufficio Acquisti BRN S.r.l.

Non c'è dubbio che l'automobile è il mezzo di trasporto preferito dalla grande maggioranza delle persone, ma dovrà arrivare necessariamente un giorno a costituire uno dei sistemi impiegati durante il tragitto verso una destinazione, non l'unico. Ecco allora che la bicicletta potrà ritagliarsi un ruolo importante: non un'alternativa all'auto, ma uno strumento complementare, ennesimo ingrediente nell'ottica di un approccio intermodale su cui strutturare i progetti di mobilità del futuro.

ospitare anche i ciclisti garantendo loro sicurezza. Ci sono tanti progetti in cantiere, ma l'Italia in questo è sicuramente più indietro rispetto ad altri paesi europei, specie quelli del nord, come ad esempio Danimarca e Olanda.

Quali sono le ultime tendenze che certificano un mercato estremamente dinamico?

I dati del settore ciclo & motociclo sono incoraggianti. L'Ancma, il ramo di Confindustria che segue il mondo delle due ruote, certifica che il trend del settore continua a crescere, trainato soprattutto dal mondo delle e-bike: +20% nel 2017 per un totale di 150.000 mezzi venduti. La sfida è mantenere questo andamento e possibilmente incrementarlo, integrando le vendite di e-bike ad uso sportivo con quelle ad uso urbano e cittadino. Gli incentivi chilometrici che sempre più comuni iniziano a dare per chi si reca a lavoro in bici vanno in questa direzione.

Furti di bici e incidenti sono all'ordine del giorno. Quanta sensibilità c'è sul tema sicurezza?

La sensibilizzazione sul tema sicurezza non è mai abbastanza. BRN in questo è impegnata in prima linea nel produrre e distribuire prodotti di qualità, sicuri e certificati in base alle normative europee vigenti. Inoltre, aderiamo spesso ad iniziative di educazione stradale che coinvolgono i più piccoli perché crediamo fermamente che i ciclisti di domani si formino oggi: indicare con precisione quali sono i rischi ed i pericoli della strada per tempo previene incidenti e problematiche che possono presentarsi in futuro.

Bici connesse e sicure grazie all'integrazione delle più moderne tecnologie. Viasat ha tracciato la strada con la sua soluzione. Qual è la sua valutazione in merito?

Con la diffusione delle e-bike, il valore medio dei mezzi si è sicuramente alzato. Quindi da parte dell'utente finale c'è tutto l'interesse a mettere in sicurezza da eventuali furti la propria bici, con una soluzione pratica e sicura. Viasat in questo ha dimostrato di offrire un servizio lungimirante e affidabile al 100%, grazie al collegamento diretto con la centrale operativa che è in grado di avvisare immediatamente le forze dell'ordine in caso di furto, agevolando enormemente le operazioni di recupero.



Pensare alla bicicletta come modello per una mobilità sostenibile e intelligente. A che punto siamo?

La bicicletta sta vivendo uno dei momenti di sua massima popolarità: è un mezzo di trasporto ad impatto ambientale zero, è un toccasana per il benessere fisico e mentale, abbate i costi di trasporto ove possibile ed incarna sicuramente valori legati allo sport e all'attività che è possibile effettuare all'aperto fra le più divertenti e stimolanti. Tutti questi aspetti si amplificano dove le distanze casa-lavoro sono a portata di pedalata, i servizi pubblici alternativi sono efficienti e soprattutto, la rete stradale urbana è progettata per

VIASATLOCK, ANTIFURTO GPS PER LE BICI... E NON SOLO!

Le ultime statistiche sul mercato delle bici in Italia pubblicate raccontano di un settore che vale 6 milioni di euro di fatturato, nel suo complesso stabile (+1% nel 2017), ma con la forte crescita delle bici elettriche (148 mila +19%). Sono state disponibili alla vendita in Italia un totale di 1 milione 668 mila biciclette. Non più un divertimento per il weekend, ma un serio mezzo di trasporto anche grazie all'integrazione di tecnologie utilizzate per il settore auto e moto che la renderanno sempre più connessa e sicura. Perché è bene ricordare sempre che secondo la Federazione italiana amici della bicicletta, su un campione di circa 11 mila ciclisti in tutta Italia, il 60% dichiara di aver subito almeno un furto e più del 50% più di uno e che in Italia si ruba una bicicletta ogni due minuti (300 al giorno nella sola Milano). Senza dimenticare che il ciclista è pur sempre un utente debole della strada con incidenti che aumentano drammaticamente di anno in anno. Occuparsi di queste cose diventa quindi indispensabile; da qui l'impegno di Viasat.

È piccolo, leggero e compatto può essere installato nel manubrio della bici; non è visibile dall'esterno e non altera il design della bicicletta così che i ladri non si accorgono della sua presenza. Si chiama ViasatLock e, dotato di GPS collegato ad un'applicazione mobile e alla Centrale Operativa Viasat (H24), permette di localizzare e tracciare la bici in qualsiasi momento. In caso di furto o se qualcuno cerca di rimuovere il dispositivo si attiva l'allarme. Il proprietario riceve in tempo reale un avviso sul proprio smartphone dal quale può monitorare gli spostamenti e la Centrale una segnalazione consentendo l'invio delle forze dell'ordine e il recupero del mezzo. Ma ViasatLock non si caratterizza per essere solo antifurto; all'interno dell'App è disponibile il tasto SOS per ricevere eventuali soccorsi sanitari, in caso di malore, o meccanici, in caso di guasto. La batteria, della durata di circa 2 settimane, è ottimizzata per garantire una maggiore copertura. E all'occorrenza, grazie alla sua flessibilità, protegge anche i beni personali in viaggio o in custodia, come valigie e oggetti preziosi.

ViasatLock è in commercio negli store 4G Retail (società del Gruppo Tim) e, attraverso un accordo distributivo con BRM Srl, in oltre 1500 punti vendita. Nei prossimi mesi, grazie all'integrazione col Viasat Portal, sarà infine possibile utilizzare il dispositivo anche per la gestione delle flotte bike.

VIASATLOCK

LOCALIZZATORE PERSONALE PORTATILE GPS + 3G + APP

Viasat Lock protegge i ciclisti dai ladri di biciclette. Dotato di GPS, collegato ad una applicazione mobile e alla **Centrale Operativa Viasat**, funziona da antifurto con **servizi H24** di assistenza e di recupero.

- Assistenza da Centrale Operativa Viasat**
 - Chiamata di emergenza geolocalizzata
 - Localizzazione e tracciabilità dopo il furto
- Assistenza alla persona (opzionale)**
 - Invio di un medico a domicilio
 - Trasferimento in un centro ospedaliero attrezzato
- Assistenza in caso di Sinistro con la bici (opzionale)**
 - Trasporto della bicicletta al domicilio
 - Copertura spese di rientro con mezzo sostitutivo (treno o aereo)




TOMORROW'S BIKES: ELECTRIC, CONNECTED, SAFE

Bikes are now living a moment of intense popularity: this zero impact mean of transport does wonders for physical and mental well-being, cuts the costs of transport wherever possible, embodies the ideas of amusing, stimulating outdoor sports and activities. Such benefits get amplified when home-to-work commuting is within pedalling's reach, public transport is fast and efficient and urban protected cycling lanes are separated from car traffic. Safety issues are top priorities in this case and daily users seem to be particularly concerned. Collision - since bikers always run higher risks on the road - and thefts represent the major concerns for cyclists. According to the Italian League of Bicyclists (Federazione Italiana Amici della bicicletta), 60% of users - on a sample of 11,000 - report they have been victim of theft at least in one case, 50% in more than one case and that a bicycle is stolen in Italy every two minutes.

It is therefore crucial to provide a prompt solution and Viasat ensures its firm commitment. ViasatLock represents an innovation in the field of satellite anti-theft systems: smart, light and compact, easy to place on the handlebar, remains invisible and does not compromise the bike's design so that burglars are not able to see it. GPS equipped and connected to mobile App as well as to Viasat Operative Centre 24/7, this device makes possible for users to track and locate the bike at all times. In case of theft or attempts of removal, the owner receives immediate App notification so that they can track any movement, the Operative Centre reports the police and the bicycle can be recovered. ViasatLock is not just an anti-theft device: the SOS button of the App can call sanitary or mechanic assistance in case of emergency. [Abstract]

LA MUSICA È CAMBIATA!



Perché accontentarti di un'assicurazione qualsiasi?

Scegli quella con Viasat,
paghi meno e hai tanti servizi in più.



First in Safety, Security and Services



((SICURI & PROTETTI))

Chiedi al tuo assicuratore
o chiama il numero verde

800 69 1 69 1 digita 2

www.viasatonline.it



Innoviamo il vostro business

Leader nello sviluppo
di soluzioni innovative
per la mobilità, la protezione
di autoveicoli e lo stile di vita.



facebook.com/MAPFRE.IT

 **MAPFRE** | **WARRANTY**
Your life. Our world

 **MAPFRE** | **ASSISTANCE**
Your life. Our world

UNA BELLA SICUREZZA



First in Safety, Security and Services

www.viasatonline.it

Scegli la Protezione VIASAT e risparmi sull'assicurazione

