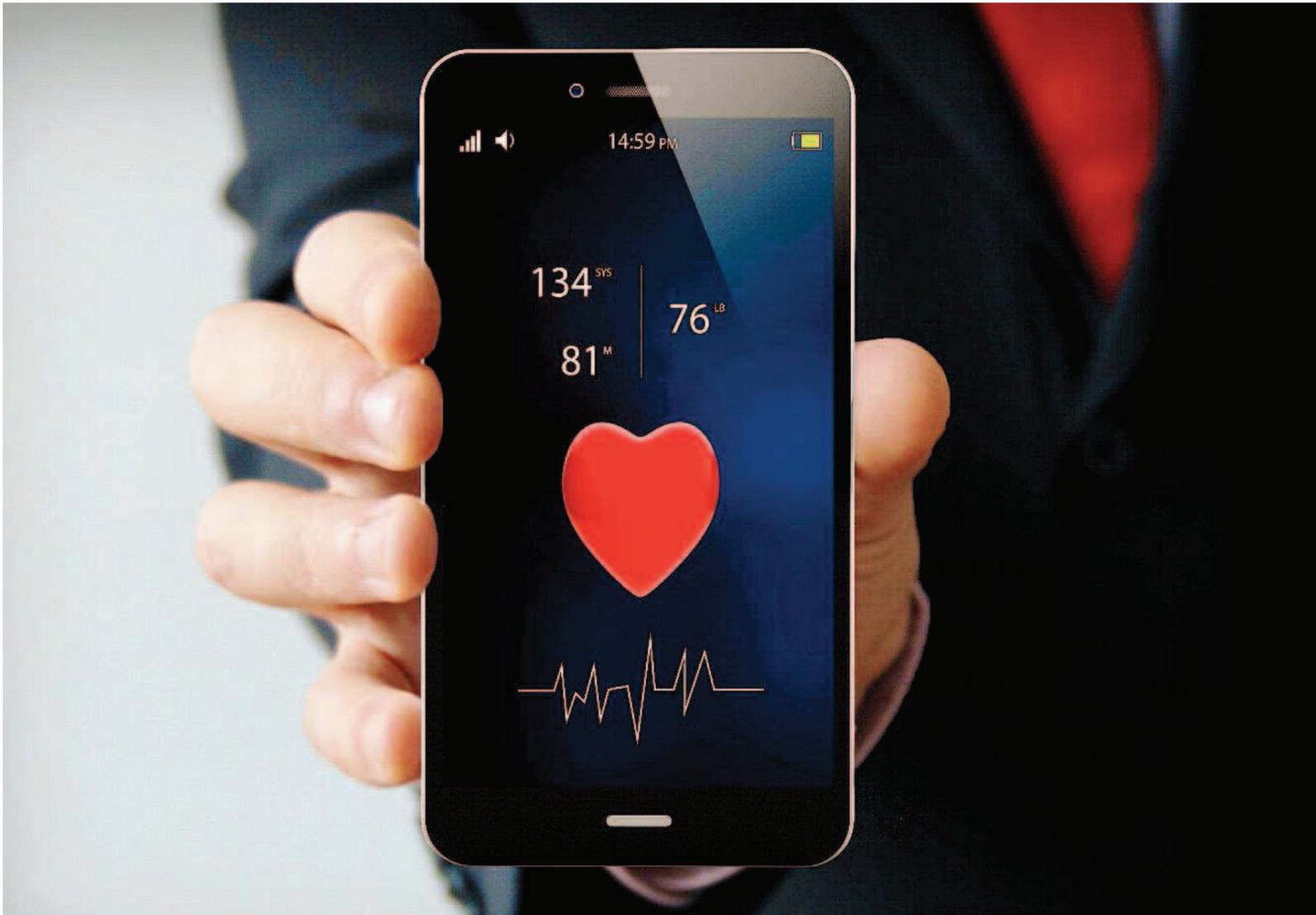


## Il caso

PERSAPERNE DI PIÙ  
www.generali.it  
www.gym-pact.com



## Ecco la polizza scontata per chi vive in modo sano una app controlla tutto

Dagli Usa alla Germania, assicurazioni sanitarie in offerta se si accetta la "misurazione" quotidiana. Ma è polemica: "Così privacy a rischio"

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE  
ANDREA TARQUINI

BERLINO. Dimmi quanto sport fai e quanto vivi sano, e ti dirò quanto paghi. Almeno per la polizza sanitaria. Dimmelo, o meglio ancora fammelo sapere con una app sul tuo smartphone che controlla se rispetti gli impegni e mantieni le promesse, verificando quanto moto fai e ricevendo i dati dei tuoi periodici check-up medici. Il principio, nato da idee di assicuratrici americane, adesso sbarca in Europa. Il gruppo Generali, uno dei big nell'Unione, si prepara a introdurlo sul mercato tedesco, il più importante. E i suoi maggiori concorrenti, come Axa e Allianz, già lavorano per seguire l'esempio. Il paziente sano è il cliente migliore, è l'ovvio principio delle assicurazioni. Ma qui in Germania, dove la difesa della sfera privata e i diritti degli assistiti sono valori costitutivi presi molto sul serio, il nuovo progetto è stato accolto da molte critiche. Delle autorità di controllo, non solo dei media e delle associazioni dei consumatori.

Generali, come ha riferito la *Sueddeutsche Zeitung* in un ampio reportage, è il primo grande assicuratore a introdurre in Europa il principio, che negli Usa si chiama *pact health* (estensione della app chiamata *gym pact*) e debutta in Massachusetts a dicembre per poi allargarsi agli altri

Stati. Il principio-base del contratto, che i pazienti sottoscrivono liberamente, è il controllo digitale del loro stile di vita, delle loro abitudini alimentari e sportive. Il software del *telemonitoring* è stato sviluppato dall'assicuratrice insieme al gruppo su-

L'accordo prevede l'impegno a rendere noti esami clinici, alimentazione e attività sportiva svolta

dafricano Discovery. La cui invenzione originale si chiama *Vitality*. Ed è un programma complesso: ai clienti che rispettano l'impegno di condurre una vita sana offre un pacchetto di

regali e sconti sul costo annuale della polizza.

Irisparmi, a fine anno, possono essere cospicui: il programma introdotto negli States offre sconti annuali (sulle spese mediche, oltre che sulle polizze) fino a 1.300 dollari, un po' più di mille euro, cifra interessante anche per i clienti e consumatori del Vecchio continente. Ma chi vuole puntare a risparmiare deve sottoscrivere impegni vincolanti e accettare un controllo quotidiano sulle sue attività. Facendosi appunto installare una app capace di documentare all'assicuratore che il cliente si sottopone alle regolari scadenze a visite mediche generiche e specializzate, e trasmette anche i risultati dei suoi check-up medici periodici. Non è finita: la app è "onnipotente e

onnipresente", in grado di contare quanti passi fai al giorno, e misurare la tua attività sportiva. Un altro punto del contratto è l'impegno a nutrirsi in modo sano, rinunciando a cibi grassi o troppo ricchi di colesterolo, abusi alcolici e quant'altro.

«In questo modo rafforziamo il rapporto con i clienti, e influenziamo in modo positivo il loro comportamento: clienti più sani sono migliori per noi», ha detto il leader di Generali, Mario Greco, citato dalla *Sueddeutsche*. È un grande passo in avanti, secondo il principio battezzato *big data*, e che ricorda un po' *big brother*, il Grande Fratello orwelliano. Certo, tutti gli assicuratori europei e americani che lo hanno scelto assicurano di immagazzinare solo dati che i clienti accettano volontariamente di fornire. Ma il rischio che sappiano tutto di te, anche quanto dormi o quante volte fai sesso o tutto il resto, è forte. «Se gli assicurati devono fornire informazioni personali per avere sconti, la vedo in modo molto critico», afferma Peter Griebel dell'associazione dei consumatori del Baden-Wuerttemberg, uno dei due più ricchi Stati tedeschi, «perché il cliente non può sapere come l'azienda elabora i suoi dati e chi vi ha accesso».

In America, il sistema parte con un patto: tu prometti di fare sport, precisi le attività fisiche in programma, e se lo rispetti hai uno sconto di partenza di 5 dollari, ma se violi le promesse i 5 dollari diventano una tua spesa aggiuntiva. Per garantire l'assicuratore, devi collegare al conto bancario una carta di credito o un account PayPal. Inserendo eventuali spese mediche nel programma di sconti e facilitazioni.

La spinta a vivere più sani sarà anche lodevole, però i tedeschi vedono il rischio di un mondo futuro diviso tra assicurazioni con clienti sani e altre con quelli meno sani, come le *bad bank* su cui le banche forti scaricano crediti in sofferenza. «Il peggio è il rischio d'introdurre una atomizzazione della dimensione del Collettivo», avverte Felix Hufeld, responsabile del controllo delle assicurazioni per la Bafin, autorità di vigilanza bancaria federale. Insomma, se e quando il sistema arriverà in Italia, adottatelo se vi piace, ma pensandoci bene prima.

## LE BANCHE DATI CHE METTONO IN VENDITA LA NOSTRA VITA

RICCARDO LUNA

L'APP che ti segue, controlla quanto sport fai, cosa mangi, quando dormi e manda i

dati alla compagnia di assicurazione per determinare il premio della polizza non è folklore. Quello che sta debuttando in Germania e che negli Usa è già prassi, è la rappresentazione del mondo che stiamo costruendo "a nostra insaputa", quando invece essere informati dei rischi e delle opportunità del digitale non può essere più solo un diritto, ma anche un dovere. Legittima difesa. Per esempio, nel numero di novembre, l'edizione britannica del mensile *Wired* è uscita con una storia di copertina che non ti aspetti: "Attenzione, l'industria dei dati sta vendendo la tua vita. La tua salute, le tasse, i segreti del tuo telefono sono sul mercato. È ora di riprendersi la privacy". Per sostenere questa tesi, una storia personale impressionante: una giovane giornalista di

origine asiatica, Madhumita Venkataramanan, aveva provato a scoprire quello che una qualunque azienda poteva sapere di lei attraverso i dati personali dalla sua navigazione in Rete. Il risultato? Un ritratto preciso e ricco di dettagli, compreso il tipo di cibo che cucinava a casa, il mobilio e i tratti caratteriali. «Questo è quello che un gruppo di aziende, di cui io non avevo mai sentito parlare, poteva sapere di me». È giusto? Ed è il mondo in cui vogliamo vivere? Queste domande diventano ogni giorno più urgenti. Perché da un lato c'è la rivoluzione digitale, con la sua promessa di un mondo migliore, un mondo di app che in tempo reale ti danno risposte, offrono servizi, risolvono problemi. Meraviglioso, impossibile negarlo. Dall'altro c'è il prezzo che paghiamo per questo: che non è zero, come ci appare. Il prezzo siamo noi, ovvero il fatto di consentire la

trasformazione della nostra vita, in una serie di dati venduti non ogni giorno, ma in ogni istante al miglior offerente affinché possa farci arrivare una offerta commerciale "adatta" a noi. Che può fare la legge? Secondo la direttiva della Ue sulla protezione dei dati personali, possono essere ceduti a terzi ma soltanto se non c'è il nome sopra. Ma questa protezione non basta più: perché sono così tanti ormai i dati disponibili che anche se non hai il nome, è facilissimo individuarlo incrociando le banche dati. Il mondo digitale vuol dire la fine della privacy? E la tutela della privacy vuol dire vivere fuori dalla Rete? In parte sì ma deve essere possibile un compromesso. Una nuova normativa europea è in arrivo, ma informarsi di cosa comporta navigare è l'unica difesa possibile.

### LE TAPPE

#### GENERALI

L'iniziativa di Generali in Germania: nuova polizza-vita con sconto per chi accetta di "farsi misurare" dalla app con aggiornamenti quotidiani

#### PACT HEALTH

Negli Stati Uniti da dicembre una app che "controlla" gli impegni presi (vita sana, sport ecc): previsti regali e sconti su polizza sanitaria e spese mediche

#### GYM PACT

L'app "originale" che misura l'attività fisica e permette ai clienti di guadagnare (o perdere) denaro se si rispettano i programmi di allenamento (o no)