

VERSO L'INSURANCE AS A SERVICE

di MARIA MORO

PARTITO NELLA DIFFIDENZA RISPETTO ALLA SICUREZZA DEI DATI, IL “SISTEMA DELLE NUVOLE” SI È AFFERMATO COME IL PIÙ EFFICACE NELL'ANALISI DEI BIG DATA. ORA LA NUOVA FRONTIERA PER I PLAYER TECNOLOGICI È L'OFFERTA DI SERVIZI DI ANALISI GIÀ PREDEFINITI E PERSONALIZZABILI, CHE SI STA PROPONENDO COME DEFAULT PER I NUOVI SISTEMI CORE DI COMPAGNIA

Il cloud non è più un tabù per i sistemi core delle compagnie assicurative. Anzi, partito svantaggiato rispetto al settore bancario, oggi l'assicurativo mostra una maggiore propensione verso questa tecnologia. Secondo un'analisi svolta in febbraio da **Net Consulting** per **Gft** e **Guidewire** tra le compagnie assicurative italiane, l'adozione del cloud per applicazioni *core* è una soluzione già adottata dal 10,5%, e più del 70% la ritiene un'opzione attuabile subito o in tempi brevi, dividendosi equamente tra coloro che la interpretano come modalità SaaS o modalità IaaS. I principali benefici vengono individuati nella scalabilità, l'*upgrade* automatico delle nuove *release* e funzionalità, e la riduzione del *time to market* nel lancio di nuovi prodotti. Tra le ragioni che invece frenano l'adozione, è sempre meno presente il timore per la sicurezza di dati e sistemi, mentre preoccupa di più la mancanza di skills e competenze.

DALL'ANALISI DEI DATI A PIATTAFORMA PER IL BUSINESS

La consapevolezza verso lo strumento è stata progressiva, e ha trovato slancio nel momento in cui le compagnie sono state consapevoli delle potenzialità del sistema nell'analisi dei dati. “Tutto è iniziato come risposta all'esigenza di elaborare una notevole mole di dati provenienti da sorgenti eterogenee; i risultati hanno aperto ad altre opportunità e le compagnie ora puntano a estrarre valore dal dato cercando di trasformarsi sempre più in *data driven company*”, spiega **Maximiliano Barberi**,

insurance client unit director di **Gft Italia**. Un paio di anni fa per la prima volta in Italia si è iniziato a pensare al cloud anche come strumento per implementare una nuova strategia omnichannel e completamente digitale, che ha dato vita a nuovi sistemi core di compagnia e ha aperto la strada a un nuovo modo di fare innovazione: “ricordo come abbiamo integrato sistemi di pagamento e firma digitale in pochi giorni, invece dei mesi prima necessari”. Le compagnie, afferma Barberi, non hanno ancora la piena consapevolezza che sarà sempre più antieconomico mantenere una struttura IT tradizionale, perché oggi più che mai la velocità è il fattore differenziante: “entro pochi anni, il modello cloud vincente sarà il SaaS, che permetterà di godere di un servizio nel momento in cui serve”. Gft sta lavorando all'idea dell'*Insurance as a service*, una modalità basata sull'offerta di servizi, asset e componenti che permettano di realizzare soluzioni personalizzabili per le compagnie assicurative quali “servizi di *Intelligent damage evaluation* basati su AI applicata a immagini, che permettono di abbattere il tempo di gestione dei sinistri, così come il *Gft Italian Layer* per Guidewire, che permetterà a una startup o uno spin-off di compagnia di essere live in pochi mesi o anche meno”. L'obiettivo è di rendere disponibili tanti strumenti che come mattoncini possano essere usati, quando serve, per creare e modificare in tempi rapidissimi la configurazione tecnologica in base alla strategia del proprio business.

