

AI, LE ASSICURAZIONI CI CREDONO

di Giacomo Corvi

IL MERCATO ITALIANO SCOMMETTE SULLE POTENZIALITÀ OFFERTE DALLA NUOVA TECNOLOGIA: SECONDO UNA SERIE DI RICERCHE DI EY E IIA, SONO TANTE LE ASPETTATIVE CHE IL SETTORE STA RIPONENDO NELLA TECNOLOGIA PER IL MIGLIORAMENTO DELLE FASI DI SOTTOSCRIZIONE, DISTRIBUZIONE E GESTIONE SINISTRI

L'Italia non ha paura dell'intelligenza artificiale. Anzi, rilancia e punta forte sulle potenzialità offerte da questa nuova tecnologia. Il 77% della popolazione nazionale, stando all'ultima edizione dell'*Italy AI Barometer* di EY, afferma di avere un'esperienza diretta di strumenti e dispositivi di intelligenza artificiale: più di noi, in un campione di nove paesi europei, soltanto Svizzera (82%) e Spagna (84%). La maggior parte degli impieghi è al momento confinata al solo ambito della sfera privata (43%), quindi per lo più come gioco o passatempo, ma le cose potrebbero presto cambiare. Per il 24% degli intervistati, contro una media europea del 19%, la tecnologia ha infatti già dimostrato di poter influenzare il proprio lavoro. E per il 46% l'impatto di applicazioni di intelligenza artificiale nell'operatività di business potrà registrare un incremento nei prossimi tre anni.

Alla base delle ipotesi c'è la convinzione, espressa dal 58% degli intervistati, che questa tecnologia possa contribuire a contenere i costi, aumentare i profitti o entrambe le cose.

IN TUTTA LA CATENA DEL VALORE

Fra i settori che in Italia stanno scommettendo maggiormente sull'intelligenza artificiale c'è quello dei servizi finanziari, all'interno del quale spicca quello delle assicurazioni. La conferma arriva da una serie di ricerche che EY ha realizzato lo scorso anno in collaborazione con l'**Italian Insurtech Association (IIA)**.

La novità tocca tutti gli ambiti della catena del valore. A cominciare dalla fase di underwriting. Stando ai dati di un'indagine pubblicata a novembre, l'83% dei professionisti del

settore prevede che l'intelligenza artificiale, in particolare per quanto riguarda il filone della cosiddetta *Gen AI*, potrà avere un impatto significativo o addirittura rivoluzionario nella sottoscrizione assicurativa. La strada, in questo caso, resta ancora lunga. Solo il 4% delle imprese intervistate ha già portato la tecnologia nei processi di underwriting. E appena il 10% delle imprese considera affidabile l'intelligenza artificiale nella gestione della conformità normativa. Però le prospettive sono promettenti: il 42% delle compagnie, a tal proposito, sarebbe nella fase di sperimentazione e studio della tecnologia. Le principali applicazioni andrebbero a supporto del lavoro dei professionisti della sottoscrizione, con la predisposizione di strumenti per l'analisi del rischio e per la definizione del perimetro di copertura.

IL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

Il connubio fra macchina ed essere umano trova la sua massima espressione nella fase della distribuzione. Anche in questo caso, per la stragrande maggioranza del settore (59%) l'impatto della Gen AI potrebbe alla fine rivelarsi significativo o rivoluzionario. Il mercato mostra tuttavia ancora un certo riserbo, dettato probabilmente dalla delicatezza del contatto con la clientela e da quella che la ricerca di EY e IIA arriva a definire "una certa resistenza sia culturale sia ideologica della rete agenziale", così come dall'incertezza normativa e dalla difficoltà di misurare nel breve termine i benefici dell'adozione di una simile tecnologia. Il risultato è che al momento non ci sono casi concreti di utilizzo dell'intelligenza artificiale nella fase di distribuzione. Però qualcosa si sta muovendo, so-



QUALCHE OSTACOLO ALLO SVILUPPO

Ci vorrà ancora del tempo prima che l'intelligenza artificiale possa essere messa davvero nelle condizioni di sprigionare tutto il suo potenziale. E sarà in particolare necessario superare qualche ostacolo che ancora frena la piena adozione della tecnologia nel settore assicurativo. Il ciclo di ricerche realizzato da EY e IIA ne ha individuati tre. Innanzitutto la gestione di bias, errori e allucinazioni che l'intelligenza artificiale, nonostante il forte sviluppo degli ultimi anni, può ancora commettere: in un mercato basato sulla fiducia, è fondamentale minimizzare il rischio ed essere in ogni caso nelle condizioni di gestirlo. Quindi la questione della formazione, tema sempre più centrale in un mercato che fatica ad attrarre competenze avanzate nel settore dell'IT e che, soprattutto, evolve in maniera così rapida da chiedere un aggiornamento costante e continuo delle capacità del personale. Infine, ma non meno importante, il grande tema degli investimenti: più del 40% dei progetti per lo sviluppo e l'implementazione della tecnologia nel settore della distribuzione, stando ai risultati della ricerca, richiede fondi per non meno di 100mila euro.

prattutto grazie alla presenza di modelli presenti sul mercato che hanno già dimostrato di poter garantire prestazioni affidabili a costi più contenuti rispetto a quelli necessari per un eventuale sviluppo interno di simili soluzioni.

In ogni caso, per usare le parole della ricerca, l'unione fra intelligenza artificiale e tocco umano costituisce "il futuro della distribuzione assicurativa italiana". Gli ambiti di applicazione che stanno generando le principali aspettative sono il supporto alla clientela, complice anche la trasformazione delle tradizionali modalità di interazione con gli utenti, e la possibilità di riformulare la documentazione assicurativa in un

linguaggio più comprensibile, punto quest'ultimo giudicato estremamente rilevante per il 28% degli intervistati. Altre potenzialità risiedono nella compliance e nel monitoraggio delle attività e dei flussi di cassa tramite, per esempio, il ricorso a dashboard interattive.

UNA NUOVA GESTIONE SINISTRI

Le aspettative maggiori sono tuttavia riposte nell'ambito della gestione sinistri: per il 96% del mercato l'uso dell'intelligenza artificiale potrà addirittura riscrivere la filiera del claims management per come siamo abituati a conoscerla. L'88% degli intervistati, più nel dettaglio, si attende un miglioramento della produttività e dell'efficienza operativa, il 63% un calo dei costi, il 50% un supporto nella gestione dei rischi, nella prevenzione delle frodi assicurative e, non secondariamente, nella gestione dei rapporti con la clientela. Poste queste basi, non stupisce che il 67% degli operatori del settore stia svolgendo o pianificando progetti pilota dedicati all'utilizzo della gen AI. Solo il 33% del mercato sarebbe invece ancora fermo alla fase di raccolta dei dati e analisi di fattibilità.

A livello operativo, la maggior parte delle imprese (72%) sta puntando soprattutto sul miglioramento della capacità di individuare sinistri potenzialmente fraudolenti. Seguono quindi l'adozione di chatbot e assistenti virtuali nella fase di denuncia (68%) e l'utilizzo di consulenti digitali a supporto del liquidatore nella stima del danno (55%). A testimonianza del fatto che la tecnologia resta uno strumento nelle mani di un essere umano e deve andare a beneficio dell'essere umano. Anche quando si parla di intelligenza artificiale. ●