

# AI E ASSICURAZIONI, NON È UNA QUESTIONE DI TEST

*IN UN MERCATO SEMPRE PIÙ ALLE PRESE CON ESPERIMENTI E PROGETTI PILOTA, GIANLUCA ZANINI DI EXCELLENCE CONSULTING INVITA IL SETTORE AD ADOTTARE UN APPROCCIO DIVERSO PER SPRIGIONARE TUTTE LE POTENZIALITÀ DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE: VA RIVISTO L'INTERO MODELLO DI BUSINESS PER VALORIZZARE IL CONTRIBUTO DELLA TECNOLOGIA E RIMARCARRE IL VALORE UMANO DELL'ASSICURAZIONE*

*di Giacomo Corvi*

**S**ervirà molto più di un semplice test per sprigionare davvero le potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale nel mercato assicurativo. Non basta inserire un tool di generative AI per poter dire di aver rinnovato il proprio modello di business. La rivoluzione non si farà a colpi di esperimenti e progetti pilota. Serve un approccio diverso alla novità. Serve soprattutto, secondo **Gianluca Zanini**, partner e membro del board di **Excellence Consulting**, la consapevolezza che l'intelligenza artificiale non è (e non sarà) una tecnologia come tutte le altre. E che, di conseguenza, non può essere gestita e adottata come tutte le altre tecnologie che in passato hanno fatto il loro ingresso nel mercato assicurativo.

“L'intelligenza artificiale, almeno per come ho avuto modo di vedere finora nei miei incontri con compagnie e imprese del settore, è ancora vista come una sorta di oracolo: tu le fai una domanda e lei ti risponde, dandoti magari qualche consiglio su come migliorare il tuo modello di business”, spiega Zanini. “Tutto ciò – aggiunge – si è tradotto in una miriade di test e progetti pilota, ma è un approccio che non funziona”. Innanzitutto perché, nel grande dibattito che si è innescato attorno al



fenomeno dell'intelligenza artificiale, non si è ancora ben capito quello che una simile tecnologia può davvero fare. E poi perché, così facendo, si perde di vista il quadro complessivo che permetterà di generare valore. “L'intelligenza artificiale è una tecnologia formidabile, in grado davvero di migliorare la redditività delle assicurazioni dal lato dei costi e dei ricavi”, dice Zanini. “Per farlo – prosegue – sarà tuttavia necessario rivedere l'attuale modello di business, capire davvero chi fa che cosa, e solo allora analizzare quale può essere il contributo dell'intelligenza artificiale all'interno dei processi industriali”.

## UN APPROCCIO DIVERSO

Il mercato assicurativo rischia insomma di ripetere l'errore che ha commesso all'inizio della evoluzione digitale. “La digitalizzazione – riflette Zanini – non è la semplice traduzione in termini digitali di processi analogici. C'è chi lo ha capito e ha creato società pienamente digitali, ma la maggior parte del settore si è semplicemente limitata a fare in maniera diversa, magari anche in un modo migliore, qualcosa che faceva già prima”. La stessa cosa sta avvenendo con l'intelligenza artificiale. Zanini prende l'esempio dei tool di *image recognition* che sono stati adottati da varie imprese del settore nell'ambito della gestione sinistri e della valutazione dei danni ai veicoli. “Possono essere sicuramente utili per recuperare qualche

punto di efficienza, ma non è così che possiamo sperare di tradurre in redditività le potenzialità dell'intelligenza artificiale”, osserva Zanini.

L'esigenza di un approccio diverso alla novità nasce anche dal fatto che, come detto, l'intelligenza artificiale non è una tecnologia come tutte le altre. Basta osservare i progressi che le piattaforme di generative AI sono riuscite a compiere nel giro di pochi mesi: nessuna tecnologia in passato è riuscita a raggiungere simili tassi di sviluppo. “Fermarsi a piccoli miglioramenti incrementali pone il rischio di non riuscire, in futuro, a tenere il passo di una concorrenza che magari sta davvero lavorando a business guidati dall'intelligenza artificiale”, osserva Zanini.

## ALLA RISCOPERTA DELL'UMANITÀ

Quello che manca, secondo Zanini, è forse una chiara percezione di quello che l'essere umano può fare con una simile tecnologia. E non tanto nei termini di un individuo che, nel modello *human-in-the-loop*, si trova a dover fare i conti e gestire una macchina che, di fatto, pensa e ragiona per conto suo, quanto piuttosto nei termini di genere umano, di umanità. Zanini, a tal proposito, recupera la lezione messa nero su bianco nel volume scritto a quattro mani con **Marco Burattino**, customer success manager Italia ed Europa dell'Est di **Guidewire**, e intitolato (appunto) *AI e riscoperta dell'umanità*

– Ecco come cambieranno le assicurazioni di domani. “Il libro è stato pubblicato un anno fa, un’enormità per i tempi con cui evolve l’intelligenza artificiale, però penso che sia ancora molto attuale proprio per l’attenzione che pone sul contributo che tutti noi, come umanità, possiamo dare allo sviluppo di una simile tecnologia”, afferma Zanini.

Il volume, dopo un’analisi dettagliata dello sviluppo della tecnologia, si sofferma a lungo sul concetto di umanità. “È innanzitutto ciò che ci distingue da tutti gli altri animali e che, anzi, ci ha consentito di sopravvivere e di prosperare in epoche remote in cui noi esseri umani non eravamo sicuramente l’animale più forte”, osserva Zanini. “È poi – prosegue – anche la tendenza che abbiamo sempre manifestato alla vita in comunità, allo stare insieme, al proteggersi a vicenda e al prendersi cura l’uno dell’altro”.

## AI PER IL VALORE DELLA POLIZZA

Se le cose stanno così, non c’è settore industriale e finanziario che esprima meglio il concetto di umanità delle assicurazioni. In fondo, dice Zanini, “le assicurazioni si basano sulla mutualità e dunque sulla condivisione presso una comunità di individui di un rischio il cui impatto economico nessuno, almeno se preso singolarmente, sarebbe in grado di gestire”. E cosa c’è di più umano di questo?

Le compagnie assicurative sembrano essersi quasi dimenticate di tutto ciò. La corsa alla semplice efficienza operativa resa possibile anche dall’innovazione tecnologica, secondo Zanini, ha spinto il mercato verso una sempre più marcata personalizzazione del rischio e del premio del singolo assicurato, a discapito della mutualità che da sempre ha contraddistinto il settore. “E non è vero che si è sempre fatto così”, dice. Tutto ciò ora può e deve cambiare. E potrà riuscirci anche grazie al contributo che potrà arrivare dall’intelligenza artificiale. “Le assicurazioni sono una materia decisamente complessa per il cliente, ma non dobbiamo dimenticare che dietro tutti i tecnicismi del settore c’è sempre la vocazione a proteggere l’assicurato da un rischio”, riflette Zanini. “Piattaforme di generative AI, possono consentire di rendere più accessibile il linguaggio delle assicurazioni e dunque – aggiunge – di trasmettere meglio al cliente il valore della polizza che sta sottoscrivendo”.



## IL PIÙ GRANDE CONTRIBUTO DELL’AI

Un simile approccio, secondo Zanini, potrebbe dare più benefici al mercato di tutti i test e gli esperimenti che le imprese del settore stanno conducendo per recuperare qualche punto di efficienza operativa. “C’è tanta attenzione sull’intelligenza artificiale, cosa che per me è assolutamente positiva, però vedo anche una sorta di pregiudizio culturale che impedisce a chi lavora nelle assicurazioni di sfruttare pienamente il potenziale di una simile tecnologia”, commenta Zanini. In fondo, prosegue, “l’intelligenza artificiale, almeno per come la stiamo imparando a conoscere oggi, è una novità degli ultimi anni, lanciata nel novembre del 2022, e ancora mancano le competenze e le capacità per gestire un’innovazione di questo tipo”. E magari manca anche l’apertura mentale che sarebbe necessaria per accogliere una novità di questo genere. Ma, si sa, le novità possono anche fare paura.

Zanini, in chiusura, non nasconde i timori per tutti i rischi che l’intelligenza artificiale può portare con sé, ma si dice rincuorato dai dibattiti che a tutti i livelli stanno emergendo per prevenire le conseguenze più nefaste di una tecnologia in grado di pensare per conto suo. “Anche questa per me è una manifestazione della nostra umanità”, afferma. “Forse – conclude – il più grande contributo che potrà arrivare dall’intelligenza artificiale sarà quello di farci riscoprire la nostra umanità”.