

Digital Disruption: l'impatto delle tecnologie emergenti sul settore assicurativo

Luglio 2023

In collaborazione con



INDICE

	Introduzione e obiettivi dello studio	
1	Insurance Outlook	2
2	Principali tecnologie emergenti e impatto sulle Compagnie assicurative	5
3	I risultati della survey	9
	3.1 Tecnologie emergenti: analisi di dettaglio	9
	3.2 Focus: Digital Experience Platform	17
	“Rivoluzionare la Customer Experience nel settore assicurativo con una Digital Experience Platform che abbraccia le Tecnologie Emergenti” - Contributo Liferay	
	3.3 Competenze digitali e impatti organizzativi	20
	3.4 Open Insurance e ruolo del regolatore	22
	3.5 I trend del settore	24
4	Conclusioni e sguardo al futuro	27

Introduzione e obiettivi dello studio

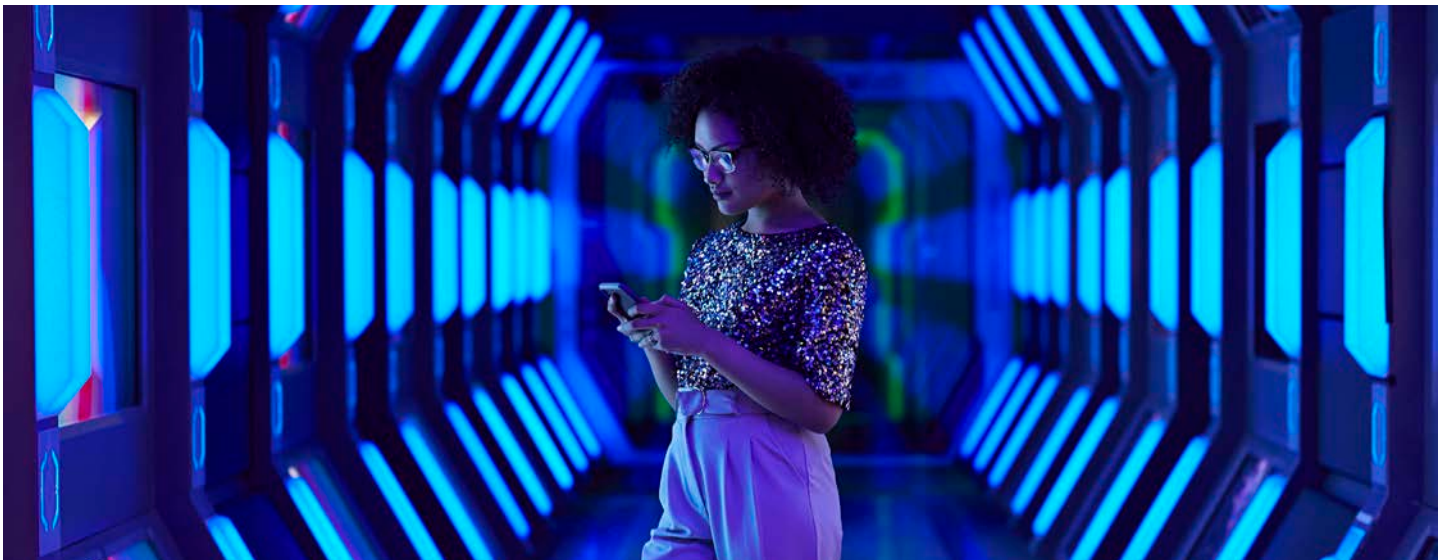
“Digital disruption: l'impatto delle tecnologie emergenti sul settore assicurativo” è questo il titolo della terza edizione del report nato dalla collaborazione attiva tra l'Italian Insurtech Association ed EY, con l'obiettivo di indagare e monitorare il percorso di innovazione delle assicurazioni in Italia.

Se nelle edizioni precedenti il focus aveva riguardato i modelli di gestione dell'innovazione nelle Compagnie assicurative e le implicazioni a livello organizzativo della trasformazione digitale, in questo caso l'attenzione è stata concentrata sul delineare lo stato di adozione attuale e atteso delle principali tecnologie emergenti da parte delle Compagnie (Intelligenza Artificiale Generativa, Robotica e Intelligent Automation, IoT, Sensoristica Avanzata e Dati Satellitari, Blockchain e Smart Contract, Realtà Virtuale e Metaverso), andando a individuare le principali opportunità e complessità derivanti dalla transizione tecnologica.

Nello specifico, dopo un outlook introduttivo in cui viene mappato lo stato del settore a livello globale e nazionale e vengono introdotte e descritte le principali tecnologie emergenti, nello studio vengono analizzati l'evoluzione dei trend di mercato e il ruolo dell'Open Insurance, i principali vantaggi e le sfide che si incontrano nell'adottare tecnologie innovative all'interno della catena del valore assicurativa e lo stato attuale degli strumenti e delle competenze digitali nelle Compagnie.

Nell'obiettivo di fornire una panoramica quanto più completa ed oggettiva delle tematiche proposte e rispondere efficacemente ai principali dubbi di chi opera in questo settore, i dati sono stati tratti da una serie di interviste qualitative che hanno coinvolto i principali esponenti del settore assicurativo italiano tra Compagnie, broker, Insurtech e operatori dell'assistenza stradale. La base della discussione è rappresentata da un questionario articolato in 5 sezioni consultabile in appendice, arricchito da ulteriori spunti qualitativi emersi durante i confronti. A completare la visione offerta è un contributo di Liferay, sul tema delle piattaforme di esperienze digitali e la loro rilevanza per il settore.

Il report si conclude con uno sguardo al futuro, andando a presentare quella che è la visione dei principali operatori di mercato sull'impatto delle tecnologie emergenti nel business assicurativo nei prossimi 5-10 anni. La parola chiave più gettonata? Proprio “disruptive”.



1. Insurance Outlook

Nell'analizzare lo stato attuale del settore assicurativo a livello globale non è possibile esimersi dal prendere in considerazione le attuali condizioni del panorama macroeconomico e geopolitico, partendo dalle conseguenze persistenti della pandemia, passando per la guerra in Ucraina fino all'impennata dei tassi di interesse e all'aumento dell'inflazione. Nello specifico, il conflitto ucraino ha causato un aumento considerevole sia dei rischi che dei sinistri, che secondo S&P Global ammonterebbero a circa 35 mld di dollari¹, mentre il nuovo contesto inflazionistico, caratterizzato da bassa crescita e alta concorrenza, ha posto ulteriori sfide per gli assicuratori che si sono trovati a fronteggiare un aumento significativo dei costi.

Analizzando l'andamento del mercato con dati alla mano, risulta che i premi lordi sottoscritti siano aumentati sia nel ramo danni che nel ramo vita nel quinquennio 2016-2021. Si riportano di seguito i numeri che mostrano l'evoluzione della raccolta premi e degli indicatori tecnici divisi per geografie¹:

Danni

	Americas			EMEIA		Asia - Pacific	
	2016	2021	CAGR	2016	2021	2016	2021
GWP (premi lordi emessi) in miliardi di dollari	1730	2291	5,8%	680	894	508	677
Loss ratio	60%	65%	+5%	67%	66%	72%	71%
Expense ratio	33%	31%	-2%	28%	28%	33%	30%
Combined ratio	93%	96%	+3%	95%	94%	104%	101%

Vita

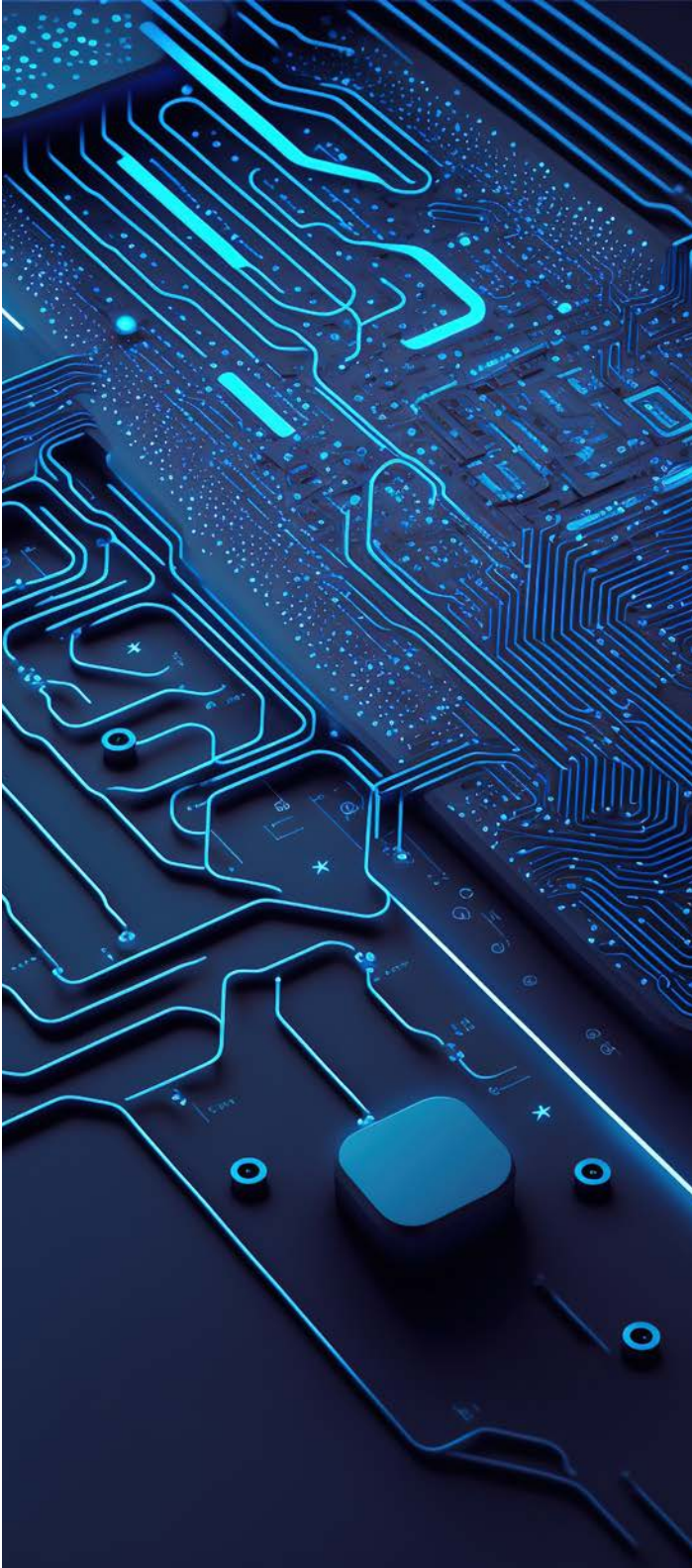
	Americas			EMEIA		Asia - Pacific	
	2016	2021	CAGR	2016	2021	2016	2021
GWP (premi lordi emessi) in miliardi di dollari	633	740	3,2%	943	1225	939	1003
Operating margin	27%	23%	-4%	7%	7%	9%	9%
Cost ratio	29%	26%	-3%	12%	12%	22%	21%

Se l'inflazione e la recessione hanno impattato negativamente gli assicuratori, comportando maggiori costi per i sinistri e una conseguente riduzione della domanda, guardando al panorama attuale, i tassi di interesse più elevati potrebbero fornire una leva favorevole agli utili, grazie ai migliori rendimenti degli investimenti.

Al fine di operare profittevolmente in questo panorama complesso, le Compagnie assicurative sono chiamate a monitorare la liquidità e le valutazioni degli asset per perfezionare le politiche ALM (Asset-Liability Management), essere vigili nel monitorare gli indicatori di deterioramento economico in anticipo, riequilibrare e diversificare il portafoglio di investimenti con l'obiettivo di passare ad asset a più alto rendimento e valutare con rinnovata attenzione l'opportunità di instaurare partnership e/o processi di acquisizione con il mondo Insurtech. In un momento in cui il contesto di mercato globale ha visto un calo significativo delle valutazioni delle realtà statunitensi quotate (dall'80% al 95%¹ rispetto ai massimi storici) a causa della spinta inflattiva e di un ritorno alla cautela da parte degli investitori, la strategia di collaborazione con il mondo Insurtech continua infatti a costituire un vantaggio competitivo importante per le Compagnie, permettendo di ampliare l'offerta con prodotti innovativi e di migliorare i processi interni ed esterni attraverso soluzioni tecnologiche avanzate. D'altra parte, le Insurtech che hanno saputo resistere meglio alle turbolenze del mercato e al crollo nelle valutazioni sono proprio quelle che si sono distinte nella collaborazione efficace con attori più tradizionali e modelli di distribuzione ibrida.

Un'altra rilevante opportunità che il settore è chiamato a cogliere è rappresentata dal crescente gap di protezione rilevato a livello mondiale. La proliferazione e l'intensificarsi di nuovi rischi, in primis legati a catastrofi naturali, cambiamento climatico e minacce cyber, nonché le carenze strutturali su rischi ben noti, ad esempio in ambito vita, rendono il livello di protezione di persone e imprese di gran lunga inferiore a quanto necessario. Nello specifico, secondo il Global Insurance Outlook di EY, il divario attualmente stimato è pari a 1,4 trilioni di dollari; se colmato, questo gap assicurativo potrebbe portare a un aumento potenziale dei profitti annui del settore che si aggira tra i 60 e gli 80 miliardi di dollari¹.

¹ "Global Insurance Outlook", EY, 2023



Nel contesto delineato, un ruolo rilevante è svolto sicuramente dalle tecnologie emergenti che possono rivelarsi come un alleato vincente per il settore assicurativo. In particolare, alcuni tra i principali trend tecnologici che si stanno affermando sul mercato sono:

- ▶ Progressi nell'intelligenza artificiale (IA) e nell'apprendimento automatico o machine learning (ML) per la previsione accurata dei rischi potenziali e nell'aiutare i sottoscrittori a prendere decisioni più informate, nonché per aumentare l'efficacia del rilevamento delle frodi, nella gestione dei reclami e nel servizio clienti (per esempio tramite l'utilizzo di chatbot avanzati in grado di comprendere ed esprimersi in linguaggio naturale)
- ▶ Utilizzo di piattaforme no-code: dato il contesto economico estremamente volatile e la velocità di evoluzione della tecnologia, l'utilizzo di piattaforme di sviluppo software che non richiedono capacità di programmazione permette anche al business di creare applicazioni personalizzate e automatizzare efficacemente i flussi di lavoro senza aspettare i tradizionali cicli di rilascio di nuove funzionalità
- ▶ L'ascesa della blockchain, che può essere utilizzata per archiviare e gestire in modo sicuro le polizze, ma anche per semplificare il processo di richiesta di risarcimento e abilitare prodotti innovativi come quelli basati su smart contracts
- ▶ Polizze personalizzate grazie all'IoT: i dispositivi IoT possono essere impiegati per raccogliere dati in tempo reale da fonti differenti, come sensori, fotocamere e dispositivi domestici intelligenti, che possono fornire informazioni sul comportamento degli assicurati, sui potenziali pericoli e sulla valutazione dei danni alla proprietà per una copertura cucita attorno ai bisogni del cliente e all'utilizzo effettivo
- ▶ Piattaforme di Digital Experience e Digital Engagement: l'aumento dei canali di distribuzione digitale e l'attitudine verso l'omnicanalità è un'altra tendenza importante nel settore assicurativo. Infatti, le Compagnie utilizzano in modo sempre più frequente piattaforme digitali, come siti Web e app mobili, per raggiungere nuovi clienti e in complementarità alla vendita di prodotti assicurativi

Focalizzando l'attenzione sul mercato assicurativo italiano, è necessario evidenziare come la maggior parte dei player abbia registrato una crescita dei premi lordi emessi, dovuta a un aumento dei premi nel ramo danni. I player assicurativi in Italia hanno riportato un deterioramento del combined ratio nel FY22², trainato da una maggiore frequenza dei sinistri e degli eventi naturali. Al contrario, nel ramo vita, si è registrata una decrescita dei premi raccolti rispetto all'anno fiscale precedente e il coefficiente di solvibilità è peggiorato su base annua a causa dell'esposizione alle obbligazioni sovrane e a causa degli alti tassi di interesse.

A questo si aggiunge lo scarso livello di digitalizzazione che caratterizza il nostro Paese con impatti su molteplici settori. L'ultimo rapporto DESI³ (l'indice annuale di digitalizzazione dell'economia e della società) evidenzia come l'Italia si posizioni al 18esimo posto tra i 27 Stati Membri, ancora sotto la media dell'Unione Europea con un punteggio di 49,3 (rispetto alla media di 52,3), sebbene in crescita rispetto al 20esimo posto guadagnato l'anno precedente.

Secondo il rapporto DESI, gli Stati Membri hanno destinato in media il 26% della dotazione per la ripresa e la resilienza alla trasformazione digitale, superando la soglia obbligatoria del 20%. Tuttavia, ad oggi, solo il 54% degli europei di età compresa tra i 16 e i 74 anni possiede almeno competenze digitali di base: l'obiettivo del decennio digitale è di arrivare almeno all'80% entro il 2030. Nonostante i passi in avanti fatti nell'adozione delle tecnologie chiave e la spinta data dalla pandemia ad alcune soluzioni come i pagamenti digitali e l'utilizzo della tecnologia cloud, l'utilizzo dell'AI e dei big data da parte delle imprese si attesta, rispettivamente, solo all'8% e al 14% (a fronte dell'obiettivo del 75% entro il 2030).

In effetti, se si guarda all'adozione di tecnologie emergenti come l'Intelligenza Artificiale Generativa e il Metaverso non si ha a disposizione un equivalente diretto del DESI in Europa, eppure l'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano ha rilevato⁴ come il settore assicurativo sia uno dei principali per applicazioni e caratteristiche delle progettualità di AI in Italia, posizionandosi sopra la crescita annua media del 32% insieme al mondo manifatturiero ed energetico.

LO SAPEVI?

L'AI Singapore (AISGR) ha pensato a un modello di valutazione del livello di preparazione delle aziende sull'Intelligenza Artificiale, denominato AI Readiness Index (AIRI). Il suo obiettivo è proprio quello di valutare il grado di preparazione di un'azienda che vorrebbe implementare soluzioni di Intelligenza Artificiale. Il modello è basato su quattro pilastri che riguardano il grado di prontezza a livello organizzativo, la presenza di applicazioni pratiche nel business, ma anche l'efficacia nella gestione dei dati e l'adeguatezza infrastrutturale.



² "Italian insurance peers' benchmarking", EY, 2023

³ "L'indice dell'economia e della società digitale (DESI)", Commissione Europea, 2022

⁴ "Artificial Intelligence, l'era dell'implementazione", Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, 2023

2. Principali tecnologie emergenti e impatto sulle Compagnie assicurative

Nell'analizzare e misurare gli impatti della trasformazione digitale sulle Compagnie, in questa indagine si è scelto di porre l'enfasi su 5 tecnologie emergenti, ritenute a più alto potenziale per il settore: Robotica e Intelligent Automation, Intelligenza Artificiale Generativa, IoT, Sensoristica Avanzata e Dati Satellitari, Blockchain e Smart Contract e Metaverso. In questo capitolo si propone al lettore una descrizione di tali strumenti tecnologici, nonché delle principali applicazioni sulla catena del valore assicurativa.

Robotica e Intelligent Automation

L'Intelligent Automation consiste in una combinazione di tecnologie di automazione per ottimizzare ed efficientare i processi aziendali. Questa comprende tipicamente tre tipologie di tecnologie cognitive: l'Intelligenza Artificiale, il Business Process Management e la Robotic Process Automation. Il motore fondante dell'Intelligent Automation è l'Intelligenza Artificiale, che tramite l'utilizzo di Machine Learning e algoritmi complessi permette di effettuare analisi di dati strutturati e non, con lo scopo di evidenziare dei modelli predittivi basati sulle informazioni precedentemente elaborate. La seconda componente è il Business Process Management (BPM), un approccio volto ad automatizzare i flussi di lavoro per renderli più agili, veloci e coerenti rispetto ai processi aziendali, minimizzando errori e inefficienze. Il terzo elemento è la Robotic Process Automation (RPA), una tecnologia che tramite l'utilizzo di software robot permette di riprodurre le attività ripetitive svolte dall'essere umano nell'interazione con i sistemi informatici.

Permettendo di automatizzare, velocizzando, task ripetitivi, riducendo al contempo la possibilità di errori e inefficienze, l'Intelligent Automation può essere sfruttata dalle aziende per semplificare i processi, liberando risorse per svolgere attività a più alto valore aggiunto, incrementando in questo modo l'efficienza operativa. In particolare, l'applicazione di queste soluzioni ha finora dimostrato una certa efficacia in campo assicurativo dove possono essere utilizzate a supporto di tutte le fasi della catena del valore, dalla quotazione del rischio alla gestione dei sinistri e all'assistenza post-vendita.

Intelligenza Artificiale generativa

Quale modo migliore per spiegare cos'è l'IA generativa (o AI, dall'inglese Artificial Intelligence) e come si applica al settore assicurativo se non chiedere proprio alla sua più celebre implementazione, Chat GPT?

Di seguito l'efficace risposta del chatbot alla domanda: "Cos'è l'IA generativa e quali sono in breve i principali impatti sulle aziende e sul settore assicurativo?"

"L'IA generativa è un campo dell'Intelligenza Artificiale (IA) che si concentra sulla creazione di sistemi in grado di generare contenuti originali e creativi, come immagini, testi, suoni o addirittura video. A differenza di altri approcci dell'IA, che si concentrano principalmente sull'elaborazione e sull'analisi dei dati esistenti, l'IA Generativa mira a creare nuovi dati che non sono stati precedentemente presenti nel set di addestramento. Gli algoritmi di IA Generativa si basano spesso sulle reti neurali artificiali, che sono modelli computazionali ispirati al funzionamento del cervello umano. Queste reti neurali generative imparano dai dati di addestramento per catturare i modelli e le caratteristiche presenti in essi. Una volta addestrate, le reti neurali generative possono generare nuovi dati che seguono i modelli appresi, creando contenuti che sembrano essere stati creati da esseri umani. Una delle applicazioni più popolari dell'IA Generativa è ChatGPT, un sistema di intelligenza artificiale che simula una conversazione con un utente attraverso l'elaborazione del linguaggio naturale.

L'IA Generativa può applicarsi in vari settori, tra cui arte e design, produzione di contenuti creativi, giochi, moda, simulazioni, ricerca scientifica, sanità, finanza e molto altro. Le aziende dovrebbero utilizzare questa tecnologia perché offre opportunità di innovazione e creatività, permette di migliorare l'efficienza operativa, consente la personalizzazione su larga scala, genera dati sintetici per l'addestramento dei modelli e abilita l'esplorazione a nuove opportunità di business. Questa tecnologia può avere un impatto particolarmente significativo nel settore assicurativo, dal momento che può migliorare l'efficienza operativa, consentire una valutazione dei rischi più accurata, prevenire le frodi assicurative, offrire un'esperienza cliente personalizzata e ottimizzare i processi di gestione dei sinistri."

IoT, sensoristica avanzata e dati satellitari

Per Internet of Things (letteralmente "internet delle cose", o IoT) si intende una rete di dispositivi fisici dotati di sensori e/o attuatori e software che in grado di interagire fra loro e con sistemi esterni tramite una connessione internet. Questi dispositivi sono in grado di raccogliere, trasferire e comunicare enormi volumi di dati consentendo di effettuare analisi in tempo reale e attivare automaticamente reazioni o servizi. L'IoT consente di creare un ecosistema in cui oggetti e dispositivi possono interagire, raccogliere e condividere informazioni in modo autonomo e collaborativo, offrendo una serie di possibilità e applicazioni in diversi settori come domotica, trasporti, salute, agricoltura, industria, sicurezza e molto altro. Questa varietà di applicazioni si estende conseguentemente all'ambito assicurativo, in cui l'utilizzo di sensori e software legato ad oggetti fisici può essere sfruttato per accelerare il processo la sottoscrizione di una polizza, migliorare le attività di selezione e quotazione del rischio e semplificare la gestione ed elaborazione dei sinistri. Tuttavia, le applicazioni più interessanti di questa tecnologia consentono all'assicurazione di diventare meno reattiva e più preventiva, riducendo i sinistri

attesi e i potenziali costi per la Compagnia. Gli ultimi anni hanno infatti visto la diffusione di nuovi modelli di business finalizzati alla prevenzione del rischio attraverso il monitoraggio delle attività del cliente e la promozione di comportamenti virtuosi in macchina, a casa, ma anche in ambito medico.

I dati satellitari sono informazioni raccolte da satelliti artificiali in orbita intorno alla Terra. Questi satelliti sono dotati di sensori e strumenti di rilevamento che permettono di raccogliere dati su varie caratteristiche e fenomeni terrestri. I dati satellitari possono includere informazioni come immagini ad alta risoluzione, dati spettrali, dati radar, dati meteorologici e molto altro ancora. Le immagini satellitari possono fornire una visione dettagliata della superficie terrestre, consentendo il monitoraggio ambientale, il controllo delle risorse naturali, l'analisi delle condizioni meteorologiche, la mappatura geografica e altre applicazioni. I dati spettrali, catturati attraverso diverse bande di lunghezza d'onda, possono essere utilizzati per analizzare la copertura vegetale, la qualità dell'acqua, l'inquinamento atmosferico e altri parametri ambientali.

Tali dati hanno un'ampia gamma di applicazioni in vari settori, come l'agricoltura, la gestione delle risorse naturali, la pianificazione urbana, la navigazione, la meteorologia, le telecomunicazioni, le scienze ambientali e molte altre. Nel settore assicurativo, possono essere utilizzati per una valutazione dei rischi più precisa, una gestione dei sinistri più efficiente e lo sviluppo di nuovi prodotti, come ad esempio le polizze parametriche.

Blockchain e Smart Contracts

La Blockchain è un registro digitale distribuito capace di memorizzare dati e informazioni di varia natura. Nello specifico la parola Blockchain significa letteralmente catena di blocchi ed è possibile pensare alla stessa come a un grande registro elettronico in cui le transazioni che vi vengono scritte diventano certificate e immutabili. Ogni blocco della catena può contenere un numero specifico di transazioni e, ogni volta che viene scritta una nuova transazione sulla Blockchain, un record di quella transazione viene aggiunto al libro mastro di ogni partecipante alla catena, con una firma crittografica immutabile (hash). Ogni blocco contiene inoltre un hash crittografico che lo collega al blocco precedente, ragione per cui questi formano effettivamente una catena di blocchi (Blockchain).

Un'innovazione che si fonda su questa tecnologia consiste nei contratti a esecuzione automatica, conosciuti come Smart Contract. Questi ultimi sono di fatto dei programmi memorizzati su una Blockchain che vengono utilizzati per automatizzare l'esecuzione di un accordo in modo che tutti i partecipanti possano essere immediatamente certi del risultato, senza alcun coinvolgimento di intermediari. Possono anche automatizzare un flusso di lavoro, attivando l'azione successiva quando le condizioni sono soddisfatte: ad esempio, il pagamento di un acquisto può essere effettuato istantaneamente se l'acquirente e il venditore rispondono a tutti i parametri specificati per la transazione.

Blockchain e Smart Contract, spesso combinati con altre tecnologie emergenti come IoT e AI, possono essere utilizzati come supporto lungo l'intera catena del valore assicurativa, migliorando la prevenzione delle frodi, della reportistica, riducendo i costi di gestione del backoffice, oppure consentendo lo sviluppo di nuovi prodotti quali le assicurazioni parametriche legate a specifici eventi/comportamenti.

LO SAPEVI?

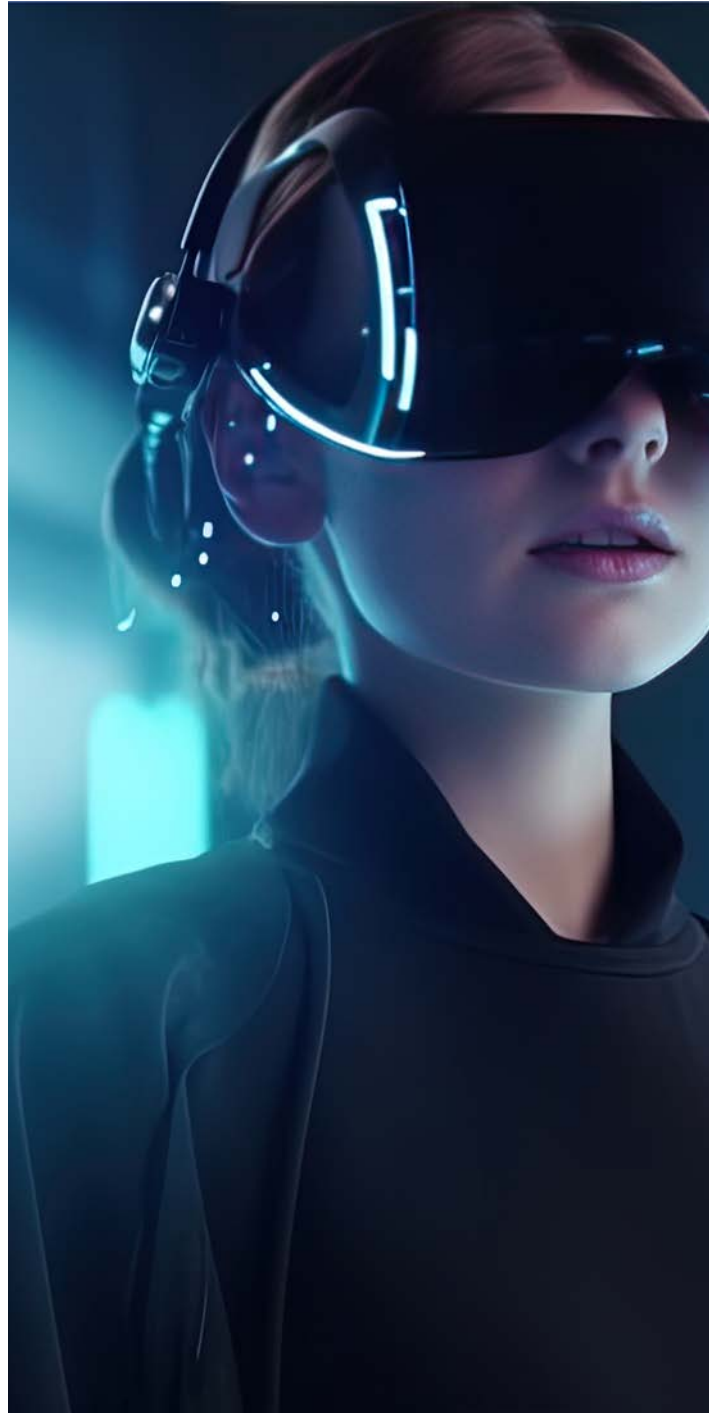
Nel 2017 Aegon, Allianz, Munich Re, Swiss Re e Zurich hanno lanciato la Blockchain Insurance Industry Initiative (B3i). L'iniziativa si proponeva l'obiettivo di valutare le possibili applicazioni delle Blockchain nel segmento degli Smart Insurance Contract. Il vantaggio esistente era connesso alla gestione del rischio, in quanto l'idea sottostante era di raggruppare insieme i contratti per gruppi composti di predisposizione ai rischi, in modo che se una controparte fosse risultata inadempiente, l'altra avrebbe ottenuto il versamento dei premi combinati. Il fallimento dell'iniziativa a pochi anni di distanza ha fomentato gli animi di alcuni scettici riguardo la reale applicabilità di questa tecnologia. Infatti, secondo la Global Emerging Technology Trends Survey di Global Data condotta nel secondo trimestre del 2022, la Blockchain viene ritenuta per il 20% dei dirigenti assicurativi come priva di casi d'uso reali. Per un ulteriore 20%, invece, l'applicabilità della tecnologia nel settore non è nota, un segnale evidente del grado di incomprensione rispetto alla stessa.

Metaverso e Realtà Virtuale

Il Metaverso può essere definito come uno spazio virtuale condiviso in cui, tramite avatar digitali, gli utenti possono interagire tra loro, partecipare ad eventi, lavorare, effettuare acquisti e molto altro. La tecnologia del Metaverso, fondata sulla convergenza di elementi quali Realtà Virtuale (VR), Realtà Aumentata (AR), Internet of Things (IoT), 5G, Intelligenza Artificiale (AI) e Spatial Computing, consente infatti di riprodurre in 3D il mondo fisico, creando un ambiente digitale immersivo e polifunzionale a cui gli utenti accedono tipicamente tramite l'uso di un visore. Come sottolineato da Matthew Ball, uno dei più autorevoli e influenti esperti in materia nonché autore di un volume sul Metaverso stesso, non ci troviamo davanti a una semplice evoluzione di Internet, bensì a una forma completamente nuova di informatica. Gli spazi digitali nel Metaverso non esistono parallelamente alla realtà, ma sono una fusione tra il cyberspazio, la Realtà Virtuale e il mondo fisico.

Essendo una struttura tecnica condivisa e collettiva, il Metaverso può essere utilizzato potenzialmente da qualsiasi azienda per creare il proprio ambiente virtuale. Ad oggi sono più di 450 milioni gli utenti attivi mensilmente nel Metaverso⁵ e secondo un'indagine realizzata da Bloomberg, entro il 2024 questa tecnologia genererà un business da 800 miliardi di dollari⁶ (rispetto ai 46 miliardi del 2020), con impatti significativi nella maggior parte dei comparti economici. Posizionarsi competitivamente all'interno di questo mercato rappresenta indubbiamente un'opportunità ad alto potenziale per le aziende.

Guardando nello specifico al settore assicurativo, il Metaverso può essere sfruttato per molteplici finalità tra cui creare nuovi canali di interazione con i clienti, rafforzare il brand ed espandere la propria base clienti tramite campagne di marketing innovative, migliorare l'esperienza di formazione degli agenti e ampliare la propria offerta includendo asset digitali. Inoltre, alcune Compagnie assicurative si stanno posizionando nell'offerta di prodotti specifici come la creazione di polizze dedicate alla protezione degli asset digitali, al cyber bullismo, o ancora agli incidenti domestici che possono avvenire durante l'utilizzo del visore.



⁵ "The Future Of Online Gaming With The Metaverse", Intelligent HQ, 2023

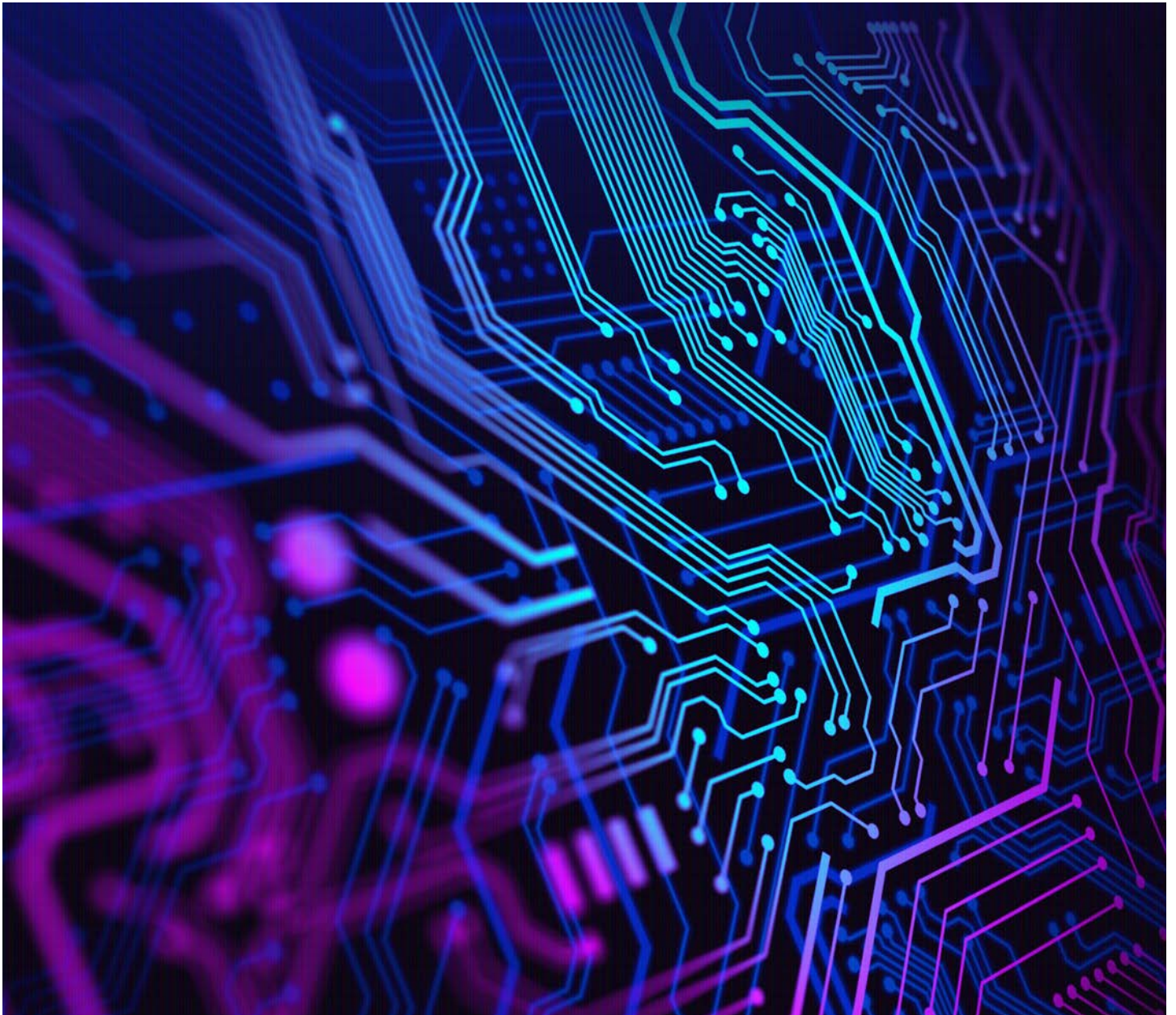
⁶ "Metaverse may be \$800 billion market, next tech platform", Bloomberg, 2021

3. I risultati della survey

3.1 Tecnologie emergenti: analisi di dettaglio

Quando interrogati sul potenziale di ciascuna tecnologia emergente per il settore, gli intervistati hanno collocato al primo posto Robotica e Intelligent Automation, seguita dall'Intelligenza Artificiale Generativa e, al terzo posto, da IoT, Sensoristica Avanzata e Dati Satellitari. La quarta posizione è occupata da Blockchain e Smart Contract, mentre chiude la classifica il Metaverso.

Si riportano di seguito le schede di approfondimento di ciascuna tecnologia, in cui vengono indagati il grado di maturità di implementazione, le principali applicazioni, e le complessità e i benefici connessi a questi strumenti.

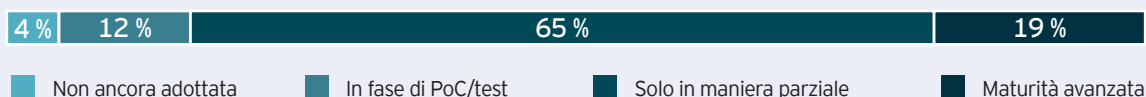


1

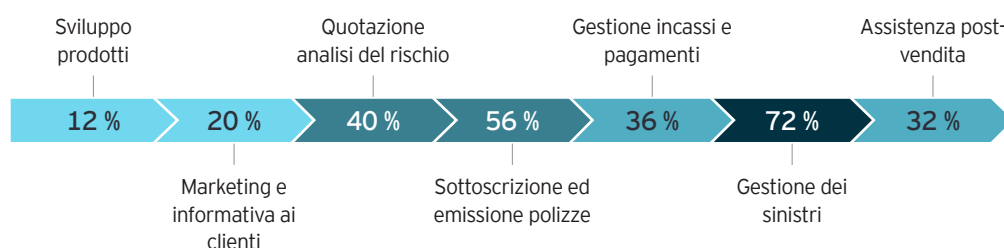
Robotica e Intelligent Automation

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

In continuità con l'elevato potenziale riconosciuto a questa tecnologia per il settore, il **96%** degli intervistati dichiara di aver già iniziato a utilizzare la Robotica e l'Intelligent Automation a supporto delle attività nella propria Compagnia. Nello specifico, il **19%** del campione riferisce un grado di maturità di implementazione avanzata, avendo automatizzato la maggior parte dei processi manuali, il **65%** sostiene di averla integrata in maniera parziale e solo il **12%** di aver avviato dei test. Nell'interpretare i risultati ottenuti è importante tenere in considerazione che molti rispondenti sono stati conservativi nella scelta del livello al quale collocarsi, avendo già predisposto una strategia per incrementare le implementazioni e raggiungere uno stadio di maturità più avanzata nei prossimi anni.



In quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?*



Permettendo di efficientare, automatizzando, i processi manuali e ripetitivi, Robotica e Intelligent Automation trovano applicazione lungo tutta la catena del valore assicurativa. A spiccare è soprattutto l'adozione nella fase di gestione dei sinistri (**72%**) e in quella sottoscrizione ed emissione delle polizze (**56%**).

*percentuali calcolate sul campione di rispondenti che hanno adottato la tecnologia.

Quali sono le principali opportunità e sfide dietro questa tecnologia?

OPPORTUNITÀ

- 1** Efficientamento dei processi esistenti
- 2** Miglioramento della relazione con la clientela
- 3** Estensione dell'offerta attuale

SFIDE

- 1** Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- 2** Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- 3** Impatti organizzativi e change management

Il **100%** degli intervistati concorda sul fatto che il vantaggio per antonomasia connesso all'utilizzo di questa tecnologia risieda nella possibilità di efficientare i processi esistenti. Oltre all'automazione dei processi di back-office, questa tecnologia può consentire anche di migliorare la relazione con la clientela (**46%**), permettendo di rispondere più rapidamente e in modo più mirato alle richieste del cliente e fare da abilitatore per lo sviluppo di nuovi prodotti (**12%**).

Quanto alle complessità, l'utilizzo di Robotica e Intelligent Automation richiede indubbiamente uno sforzo di integrazione continua nei processi dove viene applicata (**54%**), pone la necessità di una formazione specifica ai dipendenti (**50%**) e richiede l'implementazione di iniziative di change management per riallocare il personale su attività a maggiore valore aggiunto (**38%**).

2

Intelligenza Artificiale Generativa

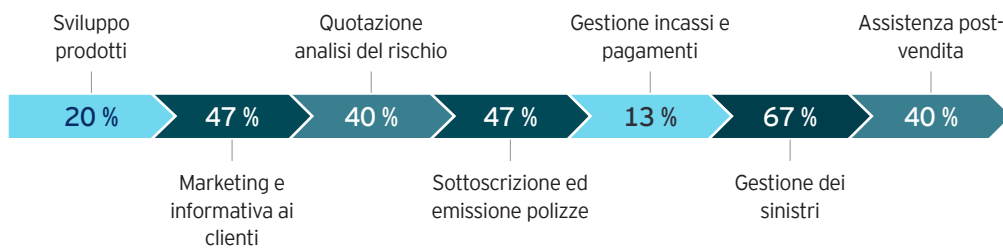
Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

Benché considerata molto promettente, quasi la metà delle Compagnie intervistate (45%) non ha ancora adottato l'IA Generativa all'interno del proprio business, e solo un 7% riferisce un grado di maturità avanzata. Nonostante l'IA non sia di per sé una tecnologia nuova, essa ha recentemente guadagnato molta attenzione grazie all'evoluzione delle capacità delle reti neurali in ambito di generazione di output, testi e immagini con un grado di competenza pari o superiore a quello umano. A conferma del potenziale riconosciuto a questo strumento e della volontà di integrarlo, il 41% del campione dichiara di aver avviato dei test per comprendere i migliori ambiti di applicazione, mentre un ulteriore 7% di averla implementata in maniera parziale. Nel complesso ad oggi gli use case hanno dato esiti persino più soddisfacenti delle aspettative. Un vantaggio considerevole di questa tecnologia è che non richiede investimenti significativi per essere adottata, permettendo maggiore flessibilità nelle sperimentazioni.



■ Non ancora adottata ■ In fase di PoC/test ■ Solo in maniera parziale ■ Maturità avanzata

In quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?*



L'IA Generativa trova oggi maggiori applicazioni nell'ambito della gestione dei sinistri (67%), dove può essere utilizzata per facilitare e velocizzare la raccolta, l'elaborazione e l'analisi delle informazioni per gestire le pratiche, nella fase di sottoscrizione delle polizze (47%) e nella produzioni di testi e immagini per con scopi di marketing e informativa ai clienti (47%)

*percentuali calcolate sul campione di rispondenti che hanno adottato la tecnologia.

Quali sono le principali opportunità e sfide dietro questa tecnologia?

OPPORTUNITÀ

1

Efficientamento
dei processi
esistenti

2

Miglioramento
della relazione con
la clientela

3

Rafforzamento
del brand

1

Necessità di up-
skilling e re-skilling
dei dipendenti

2

Necessità di
up-skilling e re-
skilling della classe
dirigente

3

Impatti
organizzativi
e change
management

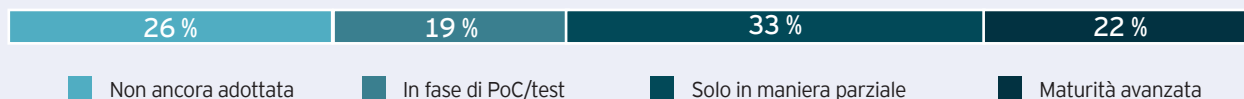
Permettendo di automatizzare task ripetitivi e di aumentare la velocità di produzione di output, l'IA generativa presenta il vantaggio primario di efficientare i processi esistenti (89%), nonché di migliorare la relazione con la clientela (78%). Trattandosi di un tema molto caldo, un ulteriore beneficio identificato nell'impiego di questo strumento consiste nel rafforzamento del brand (11%). Similmente a Robotica e Intelligent Automation tra le principali complessità legate a questa tecnologia emergono la necessità di fornire formazione adeguata ai dipendenti (70%) e alla classe dirigente (59%), pianificando opportune iniziative di change management (30%)

3

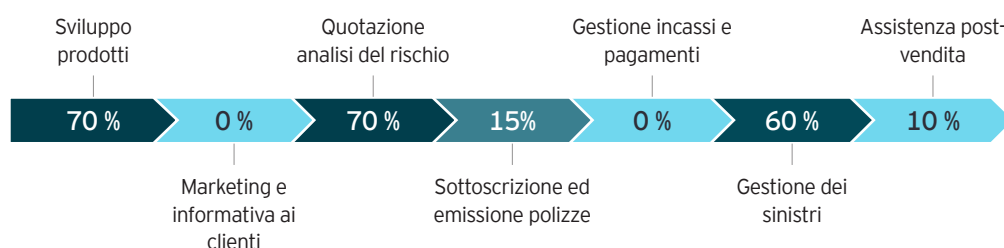
IoT, Sensoristica Avanzata e Dati Satellitari

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

Il 74% degli intervistati ha dichiarato di aver già implementato, a diversi livelli di maturità, L'IoT, la Sensoristica Avanzata e i Dati Satellitari all'interno del proprio business. In particolare, il 19% ha dichiarato di aver avviato dei test a riguardo, il 33% di aver adottato questa tecnologia in maniera parziale, mentre il 22% ha riferito uno stato di implementazione avanzata. Il suo utilizzo, almeno per quanto riguarda il mondo dell'Internet of Things, risulta ormai consolidato per molti operatori di settore, dove i recenti progressi nelle tecnologie di connettività e nell'elaborazione dei dati permettono di creare diverse applicazioni innovative, specialmente nella mobilità, nella domotica e nell'agricoltura. Tra il 26% degli intervistati che ha dichiarato di non aver ancora adottato questa tecnologia, diversi rispondenti hanno dichiarato di non trovarla pertinente per il proprio business o di aver fatto degli esperimenti in passato che non hanno restituito i risultati attesi rispetto agli investimenti.



In quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?*



Avere accesso a una grande quantità di dati in tempo reale grazie ai dispositivi utilizzati consente alle Compagnie di sfruttare questa tecnologia per una più accurata quotazione del rischio (70%) e per lo sviluppo di prodotti personalizzati (70%). Interessanti applicazioni emergono anche nella fase di gestione dei sinistri grazie allo sviluppo della sensoristica (60%)

*percentuali calcolate sul campione di rispondenti che hanno adottato la tecnologia.

Quali sono le principali opportunità e sfide dietro questa tecnologia?

OPPORTUNITÀ

- 1 Estensione dell'offerta attuale
- 2 Miglioramento della relazione con la clientela
- 3 Efficientamento dei processi esistenti

SFIDE

- 1 Necessità di investimenti economici significativi
- 2 Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- 3 Impatti organizzativi e di change management

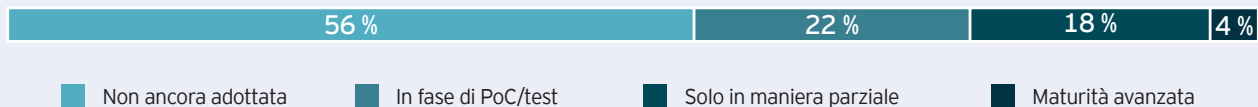
Abilitando allo sviluppo di nuovi prodotti innovativi personalizzati e parametrici, IoT, sensoristica avanzata e dati satellitari offrono l'opportunità alle Compagnie di estendere la propria offerta (74%) e migliorare la relazione con la clientela, aumentando il livello di soddisfazione verso l'esperienza proposta (67%). Ulteriori vantaggi vengono riscontrati nell'efficientamento dei processi esistenti (41%). Quanto alle sfide, questa tecnologia si configura come l'unica tra quelle selezionate per cui la necessità di investimenti economici significativi rappresenta una barriera (44%) dato il costo elevato per l'acquisto e la manutenzione dei dispositivi. Altre complessità riguardano la difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti (40%), nonché la necessità di gestire gli impatti organizzativi derivanti dall'utilizzo di questi strumenti (22%)

4

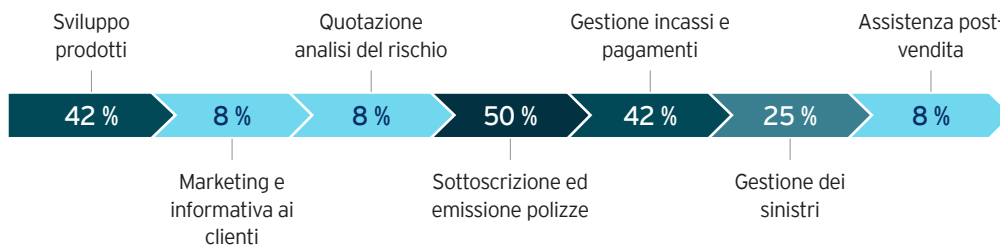
Blockchain e Smart Contract

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

Il 56% delle Compagnie sostiene di non aver ancora adottato la Blockchain e gli Smart Contract a supporto delle proprie attività. Diversamente dall'IA Generativa, non si tratta solo di un fattore temporale dovuto alla novità dello strumento, quanto piuttosto alla percezione di una complessità eccessiva a fronte dei benefici concreti che se ne possono ricavare. Il 22% degli intervistati riferisce di aver avviato dei ragionamenti a riguardo o delle interlocuzioni con il Regolatore, mentre un 19% dice di aver raggiunto uno stadio di sviluppo parziale. In entrambi i casi, nonostante alcune applicazioni di successo per l'efficientamento dei processi e l'abbattimento dei costi, gli use case implementati non hanno dato esiti particolarmente soddisfacenti. Soltanto un 4% del campione riporta un grado di maturità avanzata nell'implementazione. Complessivamente la maggioranza degli intervistati si dimostra scettica nei confronti dell'applicabilità di questa tecnologia in ambito assicurativo.



In quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?*



Le maggiori applicazioni della Blockchain e degli Smart Contract in ambito assicurativo sono state riscontrate nella fase di emissione e sottoscrizione delle polizze (50%), dove possono essere utilizzati per tracciare in modo trasparente le informazioni dei clienti, nonché per lo sviluppo di nuovi prodotti (42%) e per la gestione degli incassi e dei pagamenti (42%).

*percentuali calcolate sul campione di rispondenti che hanno adottato la tecnologia.

Quali sono le principali opportunità e sfide dietro questa tecnologia?

OPPORTUNITÀ

1

Efficientamento dei processi esistenti

2

Estensione dell'offerta attuale

3

Miglioramento della relazione con la clientela

SFIDE

1

Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti

2

Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti

3

Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente

Il 56% degli intervistati ritiene che la principale opportunità offerta dall'utilizzo della Blockchain risieda nell'efficientamento dei processi, seguito dall'estensione dell'offerta (26%), e dal miglioramento della relazione con la clientela (19%).

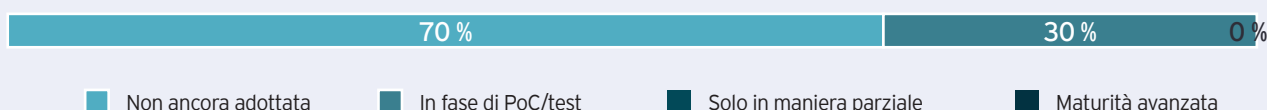
Quanto alle sfide, la difficoltà maggiore viene identificata nell'integrazione di questa tecnologia con processi e strumenti esistenti (41%), nella necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti (37%) e della classe dirigente (33%), nonché nella sua generale scarsa applicabilità al business assicurativo (30%).

5

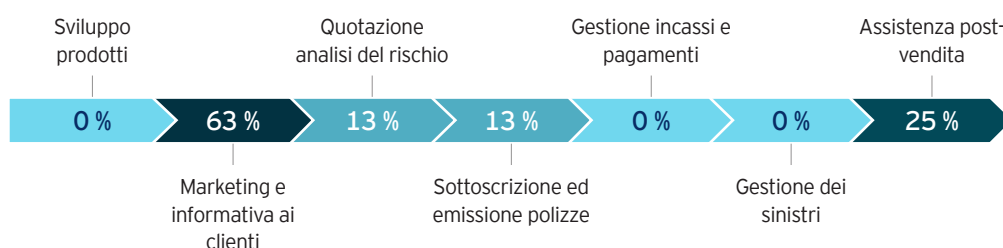
Realtà Virtuale e Metaverso

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

La maggior parte delle Compagnie (70%) ha dichiarato di non aver ancora sperimentato l'utilizzo del Metaverso o della Realtà Virtuale nel proprio business, non ritenendolo uno strumento prioritario, e nel restante 30% dei casi sono stati fatti soltanto alcuni ragionamenti preliminari. Questa tecnologia si rivela un grande flop per il settore nel 2023, dopo l'hype che aveva caratterizzato gli scorsi anni. Seppure con gradi differenti di scetticismo, la maggioranza degli intervistati è concorde nel ritenere che il Metaverso sia una tecnologia immatura, di cui si fatica a comprendere l'applicabilità e a percepire i benefici per le Compagnie. Sebbene gli use case implementati fino ad ora abbiano dato per lo più esiti insoddisfacenti, alcune applicazioni di successo sono state riscontrate nell'ambito della formazione e del training dei dipendenti oppure per iniziative di marketing molto specifiche.



In quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?*



Nonostante la limitatezza del campione che dichiara un'effettiva adozione, timide applicazioni si riscontrano in ambito di marketing e informativa ai clienti (63%), assistenza post vendita (25%) e formazione dei dipendenti (38%).

*percentuali calcolate sul campione di rispondenti che hanno adottato la tecnologia.

Quali sono le principali opportunità e sfide dietro questa tecnologia?

OPPORTUNITÀ

- 1 Miglioramento della relazione con la clientela
- 2 Rafforzamento del brand
- 3 Apertura a nuovi target

SFIDE

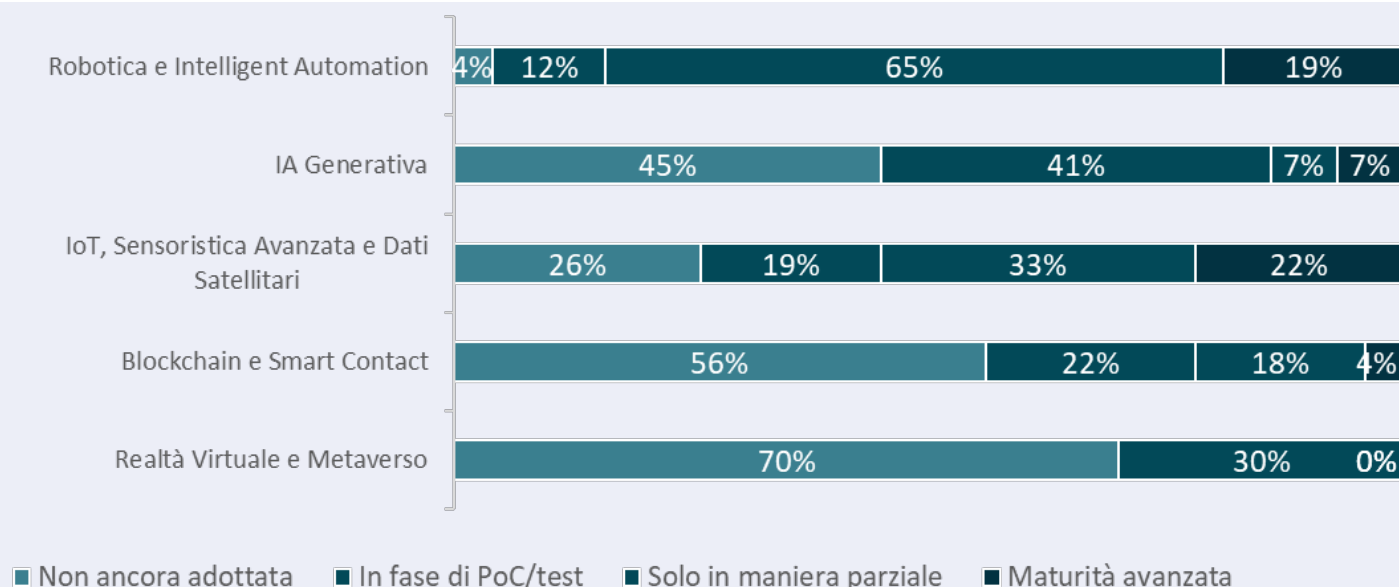
- 1 Scarsa applicabilità della tecnologia nel settore
- 2 Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- 3 Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente

Sebbene diversi rispondenti abbiano dichiarato di non vedere alcun vantaggio connesso all'utilizzo del Metaverso in ambito assicurativo, il 44% del campione ritiene che questa tecnologia potrebbe consentire ai player di migliorare la relazione con la clientela, rafforzare il brand (41%) e aprirsi a nuovi target (37%).

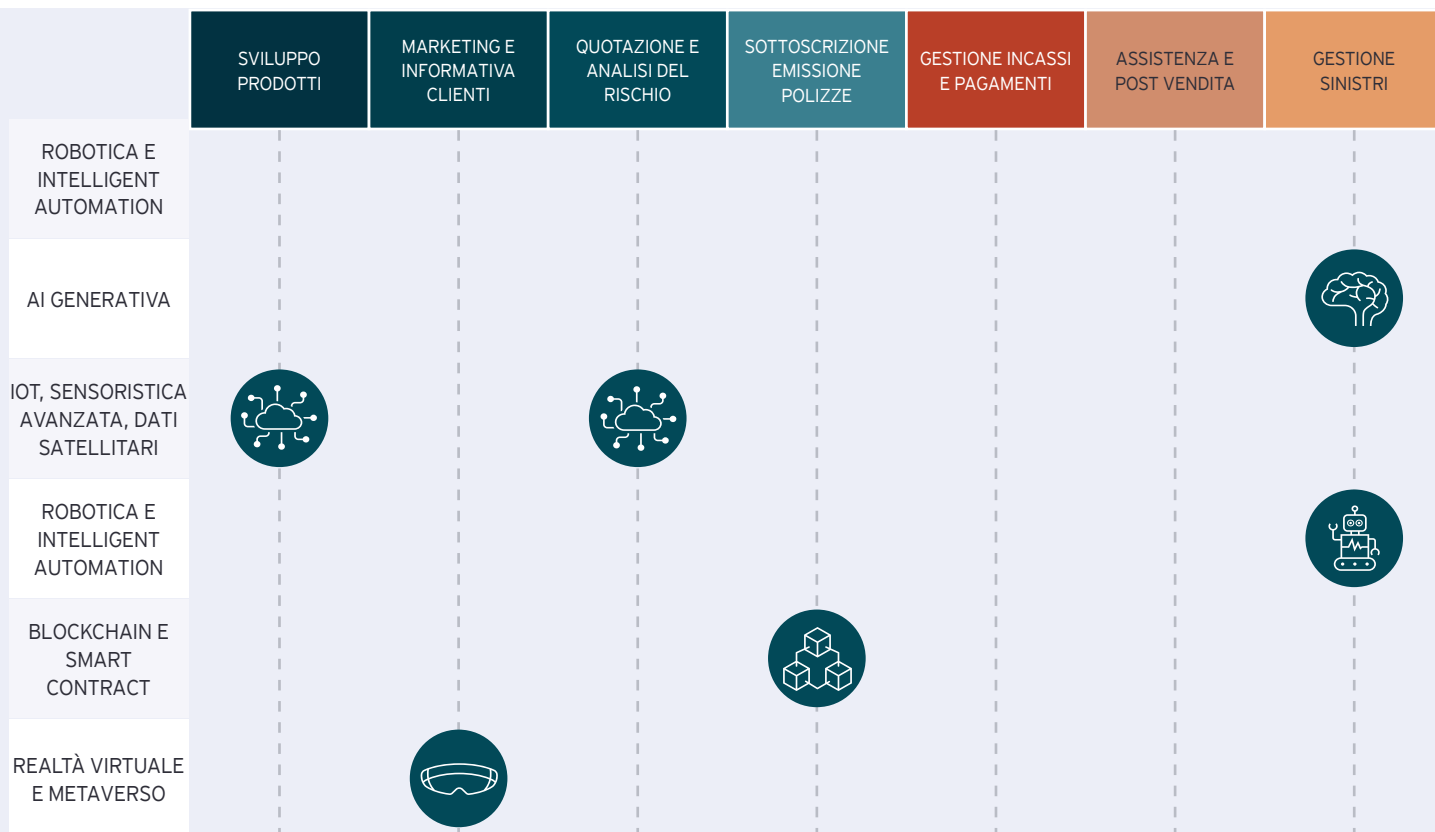
Quanto alle complessità, la maggior parte degli intervistati rileva proprio nella scarsa applicabilità della tecnologia al settore la barriera principale (30%), seguita dalla necessità di up-skilling e re-skilling sia dei dipendenti (26%) che della classe dirigente (22%).

IN A SNAPSHOT

Grado di maturità nell'implementazione delle tecnologie

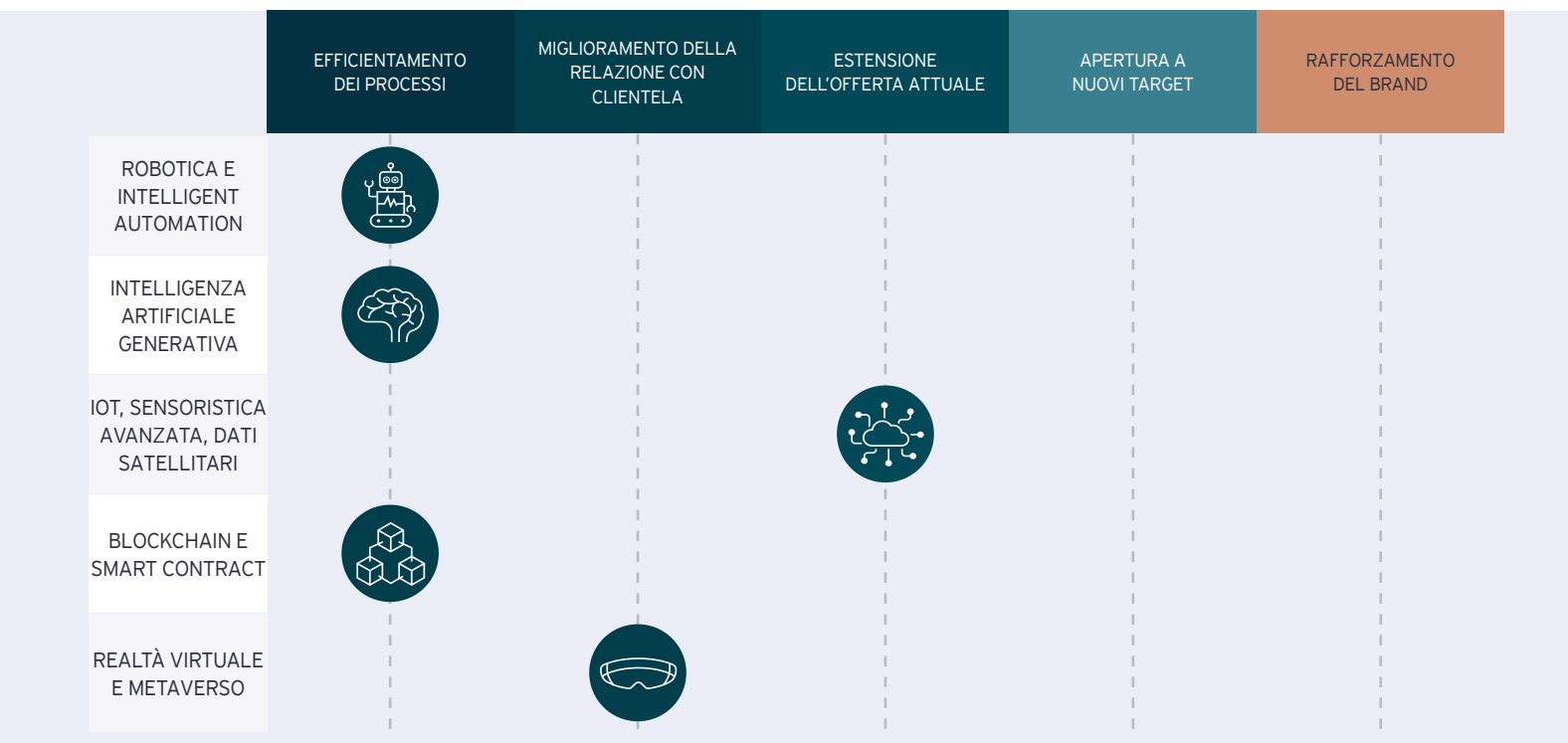


Principale applicazione alla catena del valore assicurativa



IN A SNAPSHOT

Principale applicazione alla catena del valore assicurativa

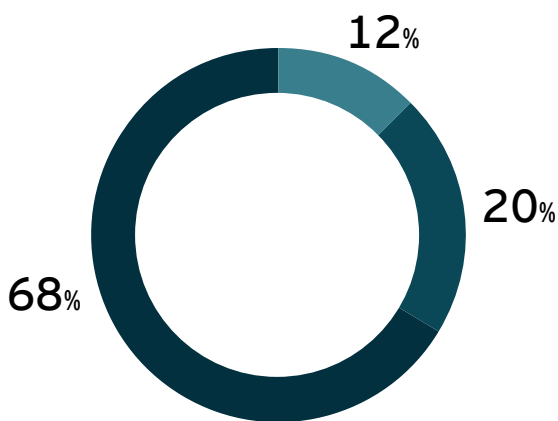


Principale complessità per tecnologia



3.2 Focus: Digital Experience Platform

? La sua azienda ha già adottato una Digital Experience Platform (DXP)?



- Si
- No, non lo trovo rilevante in questo momento
- No, ma ne stiamo valutando l'introduzione

Le piattaforme di esperienza digitale (Digital Experience Platform - DXP) sono dei software aziendali che permettono di creare customer experience innovative e coinvolgenti, supportando le aziende nel rispondere efficacemente agli imperativi posti dalla digital transformation. Adottare una DXP ha un impatto in termini di assistenza al cliente, collaborazione intra-aziendale e interaziendale, ed efficacia delle interazioni e della comunicazione interna ed esterna. In ambito assicurativo queste piattaforme si riferiscono ad esempio ai Portali Clienti Self-Service, ai Portali Agenti, alle Intranet e alle Piattaforme di integrazione.

Dall'analisi condotta è emerso che il 68% delle Compagnie in esame ha già adottato una DXP, nella maggior parte dei casi una soluzione custom, mentre un ulteriore 12% ne sta valutando l'introduzione riconoscendone il potenziale. Tra i benefici riscontrati nell'uso di questi strumenti, si posizionano ai primi posti il miglioramento della customer experience (64%), l'aumento dell'efficienza dei processi aziendali (52%) e l'accelerazione del time-to-market (36%).

Meno indicate invece la migliore visibilità sui dati raccolti per supportare il cliente e l'aumento del fatturato, che hanno ricevuto entrambe il 24% dei voti. In particolare, l'aumento del fatturato, seppure rilevante, è considerato una conseguenza indiretta connessa al miglioramento dell'engagement del cliente.

Soltanto un 20% del campione ha dichiarato di non utilizzare una DXP, non ritenendola al momento rilevante per il proprio business.

? Quali sono i principali benefici legati all'utilizzo di questa piattaforma?

71%

Miglioramento della customer experience

52%

Aumento dell'efficienza dei processi aziendali

36%

Accelerazione del time to market

28%

Ottimizzazione dei costi

24%

Migliore visibilità sui dati raccolti per supportare meglio i clienti

24%

Aumento del fatturato

Rivoluzionare la Customer Experience nel settore assicurativo con una Digital Experience Platform che abbraccia le Tecnologie Emergenti



Matteo Mangiacavalli

Senior Account Executive,
Liferay

Nell'era digitale in cui viviamo, i consumatori si aspettano un'esperienza semplice, rapida ed efficiente in ogni aspetto della loro vita, compresa l'interazione con le Compagnie assicurative. Per soddisfare tali aspettative e restare competitivi, le Digital Experience Platform (DXP) rappresentano uno strumento chiave per trasformare l'offerta delle Compagnie assicurative e migliorare l'esperienza dei clienti.

Una DXP è una soluzione progettata per rivoluzionare il percorso di esperienza del cliente in tutti i touchpoint della customer journey e gestire tutte le interazioni con i clienti in un unico luogo. Investire in una DXP porta a miglioramenti significativi in termini di coinvolgimento dei clienti, soddisfazione, efficienza operativa e vantaggio competitivo. Grazie a una Digital Experience Platform le Compagnie assicurative possono lavorare in modo più intelligente e migliore oggi, mentre si preparano per le sfide di domani.

Quando si tratta del settore assicurativo, le Digital Experience Platform (DXP) possono svolgere un ruolo chiave nell'implementazione delle tecnologie emergenti per offrire esperienze digitali personalizzate di altissima qualità ai clienti assicurati. Integrandosi con dispositivi IoT, chatbot, assistenti virtuali, Blockchain, e utilizzando l'IA e il Machine Learning, offrono un'infrastruttura solida per sfruttare appieno il potenziale di queste tecnologie, migliorando l'efficienza operativa, l'analisi dei dati, l'interazione con il cliente.

Ecco alcune delle aree in cui l'utilizzo di una DXP permette di portare la customer experience a un livello superiore:

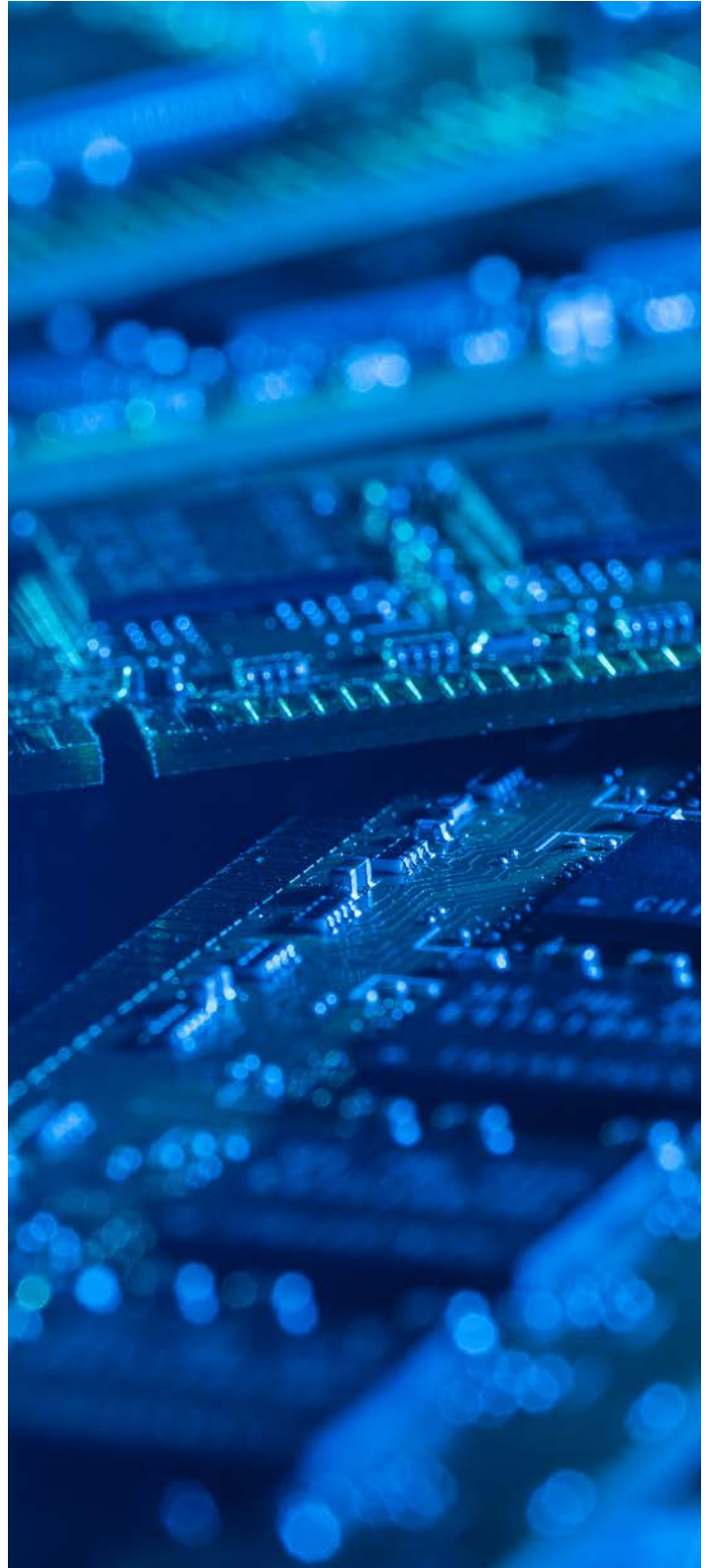
- **Interazione con il cliente:** attraverso l'utilizzo di tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale conversazionale (chatbot) e l'interfaccia utente intuitiva, una DXP fornisce un'esperienza personalizzata e interattiva ai clienti assicurativi.

Ad esempio, le chatbot possono rispondere alle domande dei clienti, fornire preventivi rapidi e assistere nella gestione dei sinistri.

- **Personalizzazione dell'esperienza:** grazie all'utilizzo di dati e analitiche avanzate, la piattaforma DXP è in grado di raccogliere informazioni sui clienti e offrire contenuti, servizi e prodotti mirati alle loro esigenze specifiche e aumentandone il coinvolgimento, la soddisfazione e la fidelizzazione.
- **Omnicanalità:** per molte Compagnie di assicurazione offrire ai propri clienti un'esperienza omnicanale rappresenta la sfida più impegnativa. Una DXP offre un'esperienza coerente e senza soluzione di continuità su tutti i canali digitali. Che si tratti di un sito web, di un'applicazione mobile o di un assistente virtuale, i clienti possono accedere ai servizi assicurativi desiderati in qualsiasi momento e da qualsiasi dispositivo, con una migliore accessibilità e interazione.
- **Automazione dei processi:** le tecnologie emergenti come l'Intelligenza Artificiale (AI) e l'Automazione Robotizzata dei processi (RPA) possono migliorare l'efficienza operativa delle Compagnie assicurative. Una piattaforma DXP consente di integrare queste tecnologie all'interno della propria piattaforma, automatizzando i processi assicurativi, come la valutazione dei reclami, la sottoscrizione delle polizze e la gestione dei sinistri. Ciò porta a una maggiore velocità di elaborazione, riduzione degli errori e miglioramento complessivo dell'esperienza dell'utente.
- **Integrazione dei sistemi:** la DXP agisce come un'interfaccia centralizzata che consente l'integrazione di diversi sistemi e applicazioni utilizzati dalle Compagnie assicurative. Questo evita la frammentazione dei dati e semplifica la gestione delle informazioni, consentendo una visione completa dei clienti e una migliore coordinazione tra i diversi processi aziendali, con una maggiore agilità e velocità nelle operazioni assicurative.

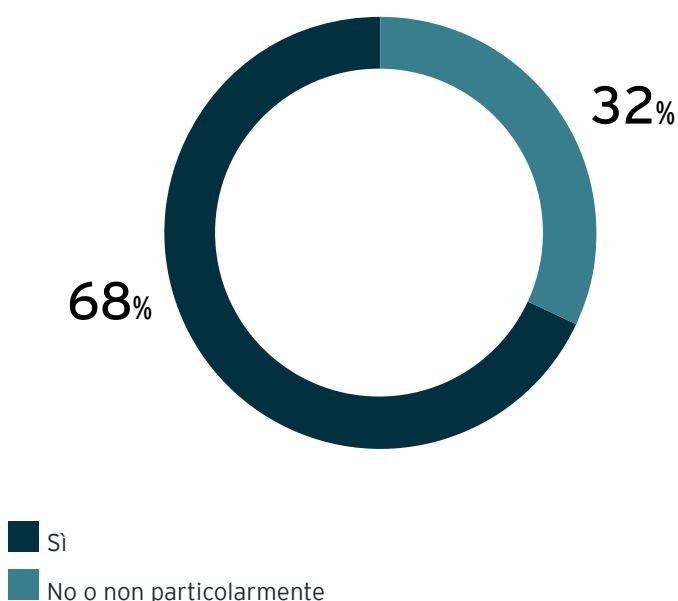
- **Analitiche avanzate:** le Compagnie assicurative generano enormi quantità di dati. Le tecnologie emergenti come l'apprendimento automatico (Machine Learning) e l'analisi predittiva possono essere utilizzate per estrarre informazioni significative da questi dati. La DXP offre strumenti per l'integrazione e l'analisi dei dati, consentendo alle Compagnie assicurative di ottenere insight approfonditi sui rischi, i comportamenti dei clienti e le tendenze del settore. Queste informazioni possono essere utilizzate per migliorare la personalizzazione delle offerte assicurative e ottimizzare la gestione del rischio. Attraverso l'analisi dei dati, è possibile identificare pattern, tendenze e comportamenti dei clienti, facilitando la creazione di offerte personalizzate, l'individuazione di nuove opportunità di business e l'ottimizzazione delle strategie di marketing.

La customer experience e le tecnologie emergenti stanno rivoluzionando il settore assicurativo, offrendo nuove opportunità e migliorando significativamente l'interazione tra le Compagnie assicurative e i loro clienti. La Digital Experience Platform di Liferay - azienda software presente in 40 Paesi nel mondo e che da vent'anni è a fianco delle più importanti Compagnie di assicurazione a livello mondiale - offre numerosi vantaggi per il settore assicurativo. Dalla personalizzazione dell'esperienza alla semplificazione dei processi, dall'omnicanalità all'analisi dei dati, consente alle Compagnie assicurative di adattarsi alle aspettative dei clienti digitali e di offrire un'esperienza di elevata qualità.



3.3 Competenze digitali e impatti organizzativi

? **Ritiene che ci sia un gap di competenze digitali e tecnologiche nella sua azienda? Se sì, in quali ambiti?**



Il settore assicurativo continua a scontare (o quanto meno a percepire) un significativo gap in merito alle competenze digitali e tecnologiche, in parte dovuto a motivi anagrafici. Se per i gruppi assicurativi più tradizionali si rileva una mancanza in termini di alfabetizzazione digitale di base, a partire dall'utilizzo di strumenti aziendali di produttività e collaborazione, anche le Compagnie più digitalizzate e le Insurtech rilevano alcune difficoltà. In ogni caso, la situazione sembra essere migliorata in modo significativo rispetto all'indagine dello scorso anno, in cui la percentuale di intervistati che dichiarava di percepire tale gap nella propria azienda si attestava all'86%, registrando di fatto una diminuzione del 18%. La sofferenza più grande riscontrata nelle Compagnie ad oggi è quella del disallineamento interno: molti di questi player hanno affrontato cospicui investimenti per dotarsi di vere e proprie divisioni di eccellenza tech con data scientist ed esperti di Blockchain, IoT o AI, ma soffrono al contempo la presenza di altre aree a scarsa alfabetizzazione digitale e conseguenti complessità di integrazione e nell'adozione degli stessi strumenti da parte di tutta l'azienda.

L'accessibilità a tutti i livelli dell'innovazione, compresa la rete agenziale, diventa quindi un fattore critico di successo per ottenere un ritorno nell'investimento tecnologico.

Per quanto riguarda gli impatti organizzativi e le iniziative di change management è possibile trarre delle considerazioni tattiche e strategiche. Dal punto di vista tattico, le attività formazione continuativa costituiscono certamente il punto di partenza e devono essere svolte in modo continuativo, non solo per i dipendenti ma anche per il top management: lo scopo non è quello di trasformare la Compagnia in un'azienda fatta di tecnici e programmatori, ma soprattutto di determinare la padronanza delle soft skill e un cambio di mentalità che favorisca la cultura dell'errore, dell'imprenditorialità e dell'adattamento, specialmente in un contesto in continuo cambiamento e accelerazione come quello dell'evoluzione tecnologica che stiamo vivendo.

Dal punto di vista strategico, invece, alle Compagnie e all'ufficio Risorse Umane in particolare spetta il compito non banale di facilitare la transizione attraverso iniziative di comunicazione chiare che puntino a massimizzare la consapevolezza e il coinvolgimento di tutti nel processo di cambiamento, da affrontare con la massima flessibilità in ottica di organizzazione fluida e di valorizzare tutti gli attori coinvolti nella catena del valore. Un ruolo delicato, che non prevede solo la ricerca di nuovi talenti ma anche un approccio etico e condiviso alla riallocazione di alcune figure, a cui verrà chiesto necessariamente di evolversi per poter cogliere l'aspetto potenziante del fattore umano derivante delle tecnologie emergenti.

? **Quali pensa che possano essere le possibili implicazioni dell'Intelligenza Artificiale Generativa per la compliance normativa nella sua azienda?**

Tra gli ambiti di applicazione delle tecnologie emergenti e in particolare dell'Intelligenza Artificiale Generativa, ci sono anche degli aspetti che non riguardano direttamente lo sviluppo del business, ma che possono impattare in maniera più o meno significativa i processi interni delle Compagnie.

Tra questi, la compliance normativa rappresenta probabilmente uno degli sbocchi più interessanti da analizzare, sia per l'estrema sensibilità del tema che per la crescente diffusione di soluzioni Regtech. Queste ultime promettono infatti ai professionisti della compliance delle Compagnie assicurative di applicare soluzioni tecnologiche avanzate basate su IA e Machine Learning per superare e aggirare gli ostacoli dell'infrastruttura tradizionale al fine di collegare e analizzare le informazioni in modo più intelligente e individuare in anticipo i rischi ed esposizioni più ampie dell'organizzazione nel recepimento dei requisiti normativi.

Il tema è stato affrontato chiedendo agli intervistati se ritenessero l'utilizzo dell'IA Generativa nella compliance un ambito di applicazione prioritario e/o attuabile e, in caso positivo, quali fossero i casi d'uso più rilevanti. Il 37% ritiene che la tecnologia e le riflessioni in merito siano troppo immature per giustificare un rischio eccessivamente grande e un campo di applicazione così delicato: in particolare, solo il 7% vede una scarsa fattibilità dovuta ai vincoli che verranno imposti dal regolatore, mentre il 30% lo indica come meno prioritario rispetto alle implicazioni di business. Il resto del campione che ha risposto positivamente, cioè il 63%, ha indicato una o più applicazioni di interesse. Tra queste spicca l'utilizzo dell'AI Generativa per sviluppare soluzioni conversazionali interne all'organizzazione, che permettano ai dipendenti di individuare autonomamente il processo o la policy corretta a cui fare riferimento in una data casistica, ad esempio per conoscere le azioni immediate di mitigazione da adottare in caso di incidente. Al secondo posto (30%) si posiziona la generazione automatica di nuova documentazione sulla base di requisiti stabiliti, riducendo di fatto il carico di lavoro più strettamente manuale del team di compliance. Si evidenzia a questo proposito la necessità di un'attenta revisione umana da parte di un professionista ben formato, per evitare errori di interpretazione o imprecisioni causate dai software di apprendimento automatico. Sebbene meno rilevanti in valore assoluto, anche l'automatizzazione dei processi di interpretazione e recepimento delle normative esterne (22%) e l'individuazione del delta tra la normativa emanata dagli organi regolatori e lo stato normativo attuale dell'organizzazione (15%) sono considerate delle possibilità concrete di accelerazione e semplificazione dei processi di compliance.

LO SAPEVI?

Il 21 aprile 2021 la Commissione Europea ha pubblicato una proposta di Regolamento su un approccio europeo per l'intelligenza artificiale, chiamato "Artificial Intelligence Act". L'obiettivo del legislatore europeo è di sviluppare un framework di regole armonizzato e condiviso tra gli stati membri che venga applicato a tutti i fornitori e utilizzatori di sistemi di Intelligenza Artificiale all'interno dell'Unione, garantendo, tra gli altri, i principi di trasparenza, spiegabilità, sorveglianza umana, responsabilità e robustezza. La normativa è ancora in corso di definizione, ma l'impatto atteso su cittadini e aziende è paragonabile a quanto avvenuto per il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR).

44%

Strumento interno per individuare il processo o la policy corretta

30%

Generazione automatica di documentazione (riducendo il carico di lavoro dei team)

22%

Automatizzare l'interpretazione e il recepimento delle normative

15%

Individuazione del delta tra la regolamentazione uscente e lo stato normativo attuale

30%

Non è un ambito applicativo prioritario

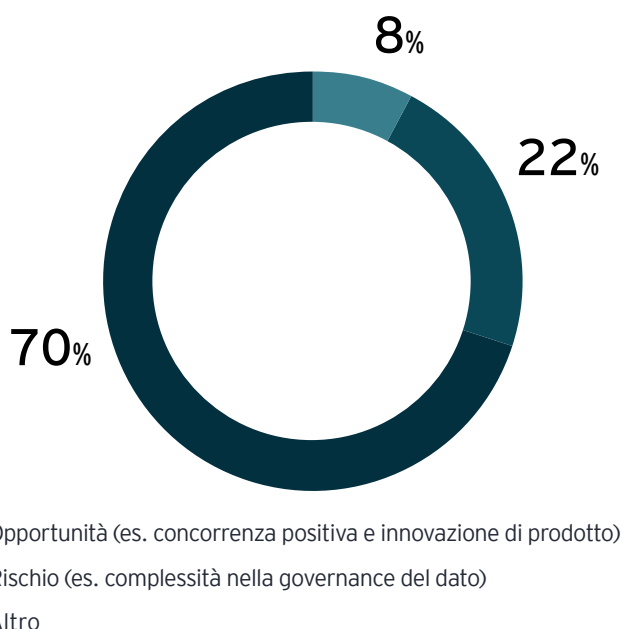
7%

Non è un ambito applicativo attuabile a causa dei vincoli normativi

3.4 Open Insurance e ruolo del regolatore

?

Ritiene che una maggiore apertura e interoperabilità dei dati assicurativi dei clienti, anche tra soggetti attualmente non vigilati, rappresenti in definitiva un'opportunità o un rischio per il suo business?



A partire dalla scorso anno, EIOPA ed IVASS si sono espresse a favore dell'adozione di modelli di Open Insurance come fattore di innovazione ed evoluzione del mercato assicurativo, derivante da forme di interoperabilità tecnologica e scambio sistematico di informazioni tra Compagnie, tra queste e le banche nell'ambito della bancassurance e tra imprese e intermediari, ma anche tra assicuratori e imprese operanti nei settori della tecnologia, del commercio e delle comunicazioni. In particolare, l'esperienza dell'Open Banking ha messo in luce l'esigenza di incoraggiare soluzioni tecniche che promuovano interoperabilità, standardizzazione e portabilità dei dati tramite iniziative di collaborazione promosse dal mercato tramite la definizione di standard e di connessioni tra gli operatori su base multilaterale o associativa.

Dall'analisi condotta è emerso che per il 70% degli intervistati l'Open Insurance rappresenta un'opportunità, in quanto si ritiene che possa favorire la collaborazione tra i vari attori, ridurre le asimmetrie informative e i conseguenti casi di frode. Inoltre, potrebbe essere possibile assicurare dei clienti che attualmente non vengono assicurati perché non si hanno informazioni a sufficienza per analizzare il rischio. In ultima analisi, secondo il campione analizzato, l'Open Insurance può creare le premesse per introdurre nuovi prodotti e servizi.

Per il 22%, invece, si configura come un rischio connesso a una regolamentazione fallace, la quale potrebbe portare a non garantire una concorrenza equa fra gli attori e innescare meccanismi che comportino una riduzione della tutela della sicurezza dei dati dei clienti. Il ruolo svolto dal regolatore nella transizione verso un modello di Open Insurance, infatti, risulta essere di fondamentale importanza. Nello specifico per il 56% degli intervistati l'intervento del regolatore dovrebbe essere mirato a favorire la tutela del consumatore e del corretto trattamento ed utilizzo dei dati, evitando che questo fenomeno si traduca in una potenziale malversazione del cliente. Per il 26% del campione intervistato, il regolatore dovrebbe garantire una concorrenza equa, stabilendo regole chiare ed eguali, tutelando i player del settore abituati a operare in un mercato poco aperto alla concorrenza. Dall'altro lato, il 11% dei rispondenti sostiene che agevolare la transizione verso un modello di Open Insurance, riducendo gli eventuali ostacoli connessi che si potrebbero presentare, sia una delle attività che il regolatore dovrebbe svolgere. Infine, solo il 7% degli intervistati confida nell'intervento del regolatore per la creazione di sandbox e/o programmi che agevolino l'up-skilling e il re-skilling degli attori coinvolti.

?

Quale ritiene che debba essere il ruolo del Regolatore nella transizione verso un modello di Open Insurance?

56%

Favorire la tutela del consumatore e del corretto trattamento ed utilizzo dati

26%

Garantire una concorrenza "equa" stabilendo regole chiare ed uguali per tutti gli operatori, comprese le terze parti non vigilate

7%

Mettere a disposizione, tramite sandbox o programmi associativi, le risorse e le conoscenze tecnologiche necessari per implementare l'infrastruttura necessaria

11%

Altro



3.5 I trend del settore

In una fase in cui l'ormai inarrestabile processo di trasformazione digitale del settore pone come imperativo per le Compagnie la necessità di evolvere servizi, prodotti e processi al fine di rimanere competitive sul mercato, risulta fondamentale per gli operatori avere una visione chiara di quelli che sono i trend che dominano il mercato, sui quali impennare la propria strategia di business.

Posizione	Trend	Confronto vs anno precedente
1	Embedded Insurance	↑
2	Open Insurance/ Ecosystems	↑
3	Sustainability/ESG related	↓
4	Predictive/ Data Driven propositions	=
5	Natural Catastrophes/ Weather Related	↑
6	Automated Underwriting	↑
7	Cyber Security related	↓
8	Digital Engagement Platforms	↓
9	Mobility related (MaaS e Mobilità multimodale)	↓
10	Parametric Insurance	↓
11	Connected Insurance (basata su IoT)	=
12	Behavioural Insurance	=
13	On demand/ Instant Insurance	=

In continuità con l'edizione precedente è stato dunque chiesto agli intervistati di identificare le tematiche attualmente più e meno rilevanti nel campo secondo la loro esperienza diretta. Mentre si confermano alle prime posizioni il tema della sostenibilità e quello dell'open insurance, quest'anno a spiccare è una new entry, che scala la classifica e sale sul podio: l'Embedded insurance. In continuità con l'anno precedente invece Connected, Behavioural e On-demand Insurance si posizionano a chiusura della classifica: in tutti e tre i casi si tratta di soluzioni di cui si è parlato molto con grandi aspettative ma su cui ad oggi la percezione dei benefici effettivi resta piuttosto bassa.





EMBEDDED INSURANCE

Le coperture embedded, integrate all'acquisto di un bene o di un servizio, scalano la classifica di ben 8 posizioni rispetto all'anno precedente e arrivano a dominare il podio. Nonostante alcuni scetticismi legati al fatto che sia un trend presente sul mercato da ormai diversi anni, gli intervistati sono concordi nel riconoscere che le coperture integrate siano ora più che mai un tema molto attuale, in grado di dare risultati significativi e concreti agli operatori che le offrono grazie anche al consolidamento delle relazioni con i player di altri settori. Un aspetto fondamentale è la trasparenza verso il consumatore finale, che deve poter godere di un'esperienza utente il più fluida possibile, mantenendo al contempo una corretta consapevolezza verso le coperture che sta sottoscrivendo in concomitanza all'acquisto.



OPEN INSURANCE/ ECOSYSTEMS

Oggi più che mai, grazie anche alla crescente attenzione del regolatore verso queste tematiche e alla convergenza tra settori, si assiste a un avvicinamento dei player assicurativi verso il concetto di ecosistema. Le Compagnie si confermano favorevoli alla collaborazione e all'adozione di modelli di Open Insurance che facilitino l'interoperabilità tecnologica e lo scambio sistematico di informazioni per ridurre i costi di acquisizione e per restituire al cliente delle soluzioni tarate ad hoc sulle proprie esigenze in modo rapido e semplice, a patto che vengano garantite regole di concorrenza chiare ed eque per tutti. Un approccio di questo tipo è particolarmente favorevole per i business assicurativi che prevedono naturalmente la concomitanza di più attori, come il mondo mobilità e salute.



SUSTAINABILITY/ ESG RELATED

Il cambiamento climatico e la sostenibilità rimangono in cima alle agende dei consigli di amministrazione e dei C-level, che continuano a mantenere un impegno attivo per raggiungere gli obiettivi fissati a livello nazionale e internazionale. Non fanno eccezione le Compagnie, impegnate a sviluppare strategie e indici specifici per misurare e contenere l'impatto ambientale e sociale del proprio operato. A differenziarsi saranno i player in grado di dimostrare ad un cliente sempre più esigente che si tratta di un impegno concreto e non solo di una tattica di posizionamento commerciale. Interessante come alcuni operatori abbiano riscontrato una correlazione positiva tra rating ESG elevati e una minore frequenza di sinistri, utile a proporre le migliori offerte a chi si dimostra più attento a queste tematiche.

Guardando alla distribuzione complessiva, si può notare una crescita significativa dell'importanza attribuita al tema dell'Automated Underwriting, percepito come particolarmente promettente in connessione agli attuali sviluppi tecnologici e al potenziale fornito dall'analisi dei dati, nonché di tutte le polizze legate alle catastrofi naturali e al cambiamento climatico, data anche la rilevanza e l'attualità del tema a seguito delle emergenze che hanno coinvolto il nostro paese.

Scendono di posizione il tema del Cyber, delle Digital Engagement Platform, della Mobilità Multimodale e della Predictive Insurance. Quanto al Cyber, se è vero che oggi la percezione della rilevanza del tema e la necessità di colmare il gap di protezione è più alta che mai, le Compagnie manifestano sempre più difficoltà nel tarare efficacemente l'entità dei premi a fronte dell'elevata onerosità media dei sinistri e l'assenza di serie storiche pubbliche a supporto. Diminuisce poi l'importanza percepita delle Digital Engagement Platform, poiché il livello di adozione di questi strumenti è ormai molto ampio e non viene più visto come una tendenza innovativa a cui guardare per i prossimi anni, ma piuttosto come uno standard di mercato di cui sono chiari e benefici e di cui tutti devono dotarsi, continuando ad investire sulla modularità e le capacità di integrazione. Guardando alle polizze legate alla Mobilità Multimodale, si presentano complessità nell'implementazione dovute all'assenza di dati correlati sui sinistri che sarebbero fondamentali per costruire efficacemente un prodotto di questo tipo, nonché alla presenza di barriere culturali molto forti nel nostro paese, dove l'utente medio appare ancora particolarmente legato al concetto di proprietà del mezzo. Infine la Predictive Insurance, basata sull'elaborazione di grandi quantità di dati grazie all'intelligenza artificiale e al machine learning per la prevenzione dei rischi, continua ad essere percepita come rilevante fermandosi al quarto posto, ma sconta le difficoltà legate all'industrializzazione del processo di estrazione di valore dai dati posseduti.

Si confermano al 7° posto le Polizze Parametriche, giudicate interessanti ma limitate ad alcune applicazioni specifiche, soprattutto perché fondate, nella loro accezione più classica, su tecnologie non ancora del tutto sviluppate nel loro potenziale.



Quale tra questi ritiene essere il principale abilitatore per l'implementazione efficace di questi trend all'interno della sua azienda?

63%



Sviluppo di una mentalità aziendale innovativa

56%



Processi agili che favoriscono l'innovazione e riducono il time-to-market

41%



Competenze digitali e tecnologiche

26%



Innovazione tecnologica e adozione di tecnologie emergenti

Interessante notare come, nonostante la rilevanza nel contesto attuale del tema tecnologico, soltanto il 26% del campione abbia identificato nell'adozione di questi strumenti il principale abilitatore per implementare efficacemente i trend menzionati. Ad assumere primaria rilevanza risulta essere invece lo sviluppo di una mentalità innovativa all'interno dell'azienda (63%): il fattore culturale è riconosciuto dalla maggior parte degli intervistati come presupposto fondamentale e imprescindibile per affrontare con successo il processo di trasformazione digitale che sta investendo il settore.

Altrettanto rilevanti sembrano essere poi l'adozione di processi agili che favoriscano l'innovazione e riducano il time-to market (56%) nonché il possesso delle adeguate competenze digitali e tecnologiche (41%) per selezionare e gestire efficacemente gli strumenti a disposizione.

4. Conclusioni e sguardo al futuro

Gli strumenti tecnologici a disposizione degli assicuratori sono oggi molteplici e in costante evoluzione. Per questo, comprenderne chiaramente il reale potenziale, i benefici che possono apportare e le possibili applicazioni risulta essenziale per affrontare con successo il processo di trasformazione digitale a cui le Compagnie sono chiamate a rispondere per restare competitive sul mercato. Non è un caso che il tema del faro sia stato scelto come filo conduttore delle copertine di questo ciclo di ricerche, che hanno in comune l'ambizioso obiettivo di fare luce sugli impatti dell'innovazione sul settore e di fornire una guida che aiuti a "navigare" l'incertezza che ne deriva. In questa terza edizione, in particolare, l'indagine si è concentrata sull'approfondimento delle principali tecnologie emergenti e delle loro potenziali applicazioni al business assicurativo, analizzando non solo i benefici, ma anche le complessità e le sfide di implementazione all'interno dell'intera catena del valore.

Sebbene con eccezioni derivanti dalle specificità dei singoli business che rendono più o meno idonei determinati strumenti, gli intervistati si sono dimostrati concordi nel riconoscere la Robotica e l'Intelligent Automation come la tecnologia attualmente più rilevante per il settore, seguita a poca distanza dall'IA generativa. A differenziare le due nei risultati non è stata tanto la percezione del potenziale di applicazione, estremamente ampio per entrambe, quanto piuttosto il grado di maturità della tecnologia stessa e, conseguentemente, il livello di implementazione all'interno della Compagnia: mentre nel primo caso si tratta di uno strumento già molto utilizzato, di cui la maggior parte dei player ha avuto modo di comprenderne e misurarne chiaramente i benefici, nel secondo caso, è solo recentemente che questa tecnologia ha ricevuto le maggiori attenzioni grazie ai progressi nella capacità di modellazione delle reti neurali artificiali in ottica generativa che hanno reso possibili applicazioni concrete su larga scala. In entrambi i casi i benefici riscontrati riguardano principalmente l'efficientamento dei processi esistenti, soprattutto nella fase di gestione dei sinistri, e il conseguente miglioramento della relazione con la clientela, che grazie a questi strumenti diventa più rapida ed efficace.

L'IoT, insieme ai dati satellitari e alla sensoristica avanzata, si posiziona al terzo posto tra le tecnologie a più alto potenziale per il settore. Nonostante si tratti di uno strumento presente sul mercato da tempo, il cui uso risulta ormai consolidato per molti operatori di settore, i recenti progressi nelle tecnologie di connettività e nell'elaborazione dei dati hanno reso possibili interessanti applicazioni innovative, soprattutto per lo sviluppo di nuovi prodotti e per una più efficace quotazione e analisi del rischio. Questa tecnologia si configura come un abilitatore essenziale per implementare prodotti specifici, come le polizze comportamentali e parametriche, ma anche per raggiungere un alto livello di personalizzazione della copertura.



Minore rilevanza si riscontra invece per tecnologie quali Blockchain e ancora di più il Metaverso. Sebbene si tratti in entrambi i casi di strumenti nuovi, considerati non ancora del tutto maturi a livello di sviluppo per essere implementati, per la Blockchain la barriera principale è costituita dalla percezione di una complessità eccessiva di questa tecnologia rispetto ai benefici che se ne possono trarre, mentre nel caso del Metaverso si fatica a comprenderne l'applicabilità stessa al business e a immaginare degli use case interessanti al di fuori dell'ambito della formazione dei dipendenti.

Tra gli strumenti che possono supportare le Compagnie ad affrontare con successo il processo di trasformazione digitale ci sono poi le Digital Experience Platform: software ampiamente adottati nel settore, con il potenziale di evolvere ulteriormente integrandosi con dispositivi IoT, chatbot, assistenti virtuali, Blockchain, e utilizzando l'IA e il Machine Learning per massimizzare l'efficienza operativa, l'analisi dei dati e, in definitiva, l'interazione con il cliente.

Nel complesso, quando si parla di implementazione di tecnologie emergenti nel business assicurativo, le sfide principali che si pongono sono quelle di integrazione con i processi esistenti e, trasversalmente, di offrire una formazione adeguata a dipendenti e dirigenti per gestirle al meglio, mettendo in atto opportune iniziative di change management per riallocare risorse su attività a maggior valore aggiunto o a introdurre nuove figure in azienda con competenze specifiche. A tal proposito, migliora significativamente rispetto allo scorso anno la percezione del gap di competenze digitali e tecnologiche nelle Compagnie. La maggiore difficoltà riscontrata ad oggi è quella di un disallineamento interno: molti player hanno affrontato cospicui investimenti per dotarsi di vere e proprie divisioni di eccellenza tech con data scientist ed esperti di Blockchain, IoT o IA, ma soffrono al contempo la presenza di altre aree a scarsa alfabetizzazione digitale e conseguenti complessità di integrazione e nell'adozione degli stessi strumenti da parte di tutta l'azienda.





Sebbene gli strumenti tecnologici siano importanti per supportare l'innovazione e la predisposizione ad accogliere il cambiamento, è fondamentale riconoscere che l'adozione della tecnologia di per sé non garantisce il successo. È soprattutto la mentalità e l'approccio condiviso ai processi che determinano il modo in cui le tecnologie vengono adottate, integrate e sfruttate all'interno delle organizzazioni: la diffusione di una impostazione aziendale orientata all'innovazione e l'implementazione di processi agili a tutti i livelli consentono infatti alle organizzazioni di essere pronte al cambiamento, di adattarsi rapidamente e di cogliere le nuove opportunità del mercato.

Oltre a investire in iniziative che favoriscano lo sviluppo di competenze, nello sviluppo di una cultura dell'innovazione e in tecnologie, per operare profittevolmente nel settore assicurativo è fondamentale saper intercettare i trend che dominano il mercato, seguendone l'evoluzione. A conferma del potenziale identificato lo scorso anno, a dominare nel 2023 è il tema dell'embedded insurance e dell'integrazione, grazie al consolidamento delle relazioni con i partner, seguito dalle sempre rilevanti tematiche della sostenibilità e dell'Open Insurance.

Proprio la transizione verso un modello di Open Insurance si configura come una grande opportunità per il settore, utile per favorire l'interoperabilità dei dati e la collaborazione fra i vari attori che operano nel mercato assicurativo, ridurre le asimmetrie informative e creare le premesse per introdurre nuovi prodotti e servizi. Per contenere i rischi potenzialmente connessi a quest'operazione è fondamentale il ruolo del Regolatore, che dovrebbe occuparsi primariamente di favorire la tutela del consumatore e del corretto trattamento e utilizzo dei dati, fornendo regole per garantire una concorrenza equa che tuteli anche i player assicurativi, ancora prima di fornire infrastrutture e risorse tecnologiche per l'implementazione. Il punto chiave, secondo le istituzioni europee, sta nel trovare un giusto equilibrio tra la protezione del dato, la stabilità finanziaria e il supporto all'innovazione, tramite un approccio integrato e una discussione aperta a tutti gli stakeholder.

In conclusione, sebbene sia impossibile prevedere con certezza gli impatti delle tecnologie emergenti sul settore assicurativo nei prossimi anni, dallo studio condotto è emerso come la trasformazione del panorama assicurativo subirà un'importante accelerazione ponendo la necessità per tutti i player di adattarsi rapidamente, evolvendo strategie e modelli di business. Non a caso la parola più citata per descrivere le implicazioni delle tecnologie emergenti è stata proprio "Disruptive". Un esempio emblematico è quello dell'Intelligenza Artificiale generativa, la cui popolarità è esplosa in pochi mesi contestualmente all'entusiasmo per il suo potenziale, ma le cui implementazioni effettive sono ancora ad uno stadio estremamente preliminare. È per questo motivo che sarà necessario concentrare sforzi e investimenti, soprattutto in termini di formazione, comunicazione e consapevolezza, nell'immediato futuro.

Specialmente i grandi gruppi organizzativi sono chiamati poi a rivedere significativamente l'operatività, i modelli di interoperabilità dei dati e i processi interni con l'idea che solo una struttura organizzativa agile consente di essere reattivi al cambiamento e acquisire rapidamente i benefici della trasformazione digitale per trarne un vantaggio competitivo. Contestualmente, risulta importante agire sul fronte della formazione continua e specifica per tutti i dipendenti, le reti agenziali e il top management, come principale leva per colmare il gap in merito alle competenze digitali e tecnologiche che il settore assicurativo continua a scontare.

Di seguito è possibile osservare una rappresentazione visuale ("word cloud") emersa dalla richiesta di indicare una parola chiave che descrivesse l'impatto delle tecnologie emergenti dei prossimi anni, seguite da alcune citazioni emblematiche sul tema, anch'esse raccolte direttamente dagli intervistati.



“ L'**innovazione** è inarrestabile e al contempo la percezione ad essa connessa è distorta: viene sovrastimata nel breve periodo e sottostimata nel lungo. È necessario iniziare a comprendere a pieno l'innovazione già da oggi, preparandosi agli impatti che ne derivano nel domani
CEO, Broker Internazionale

“ La disponibilità dei dati e la capacità di elaborazione degli stessi stanno aumentando sempre di più e l'accelerazione che si percepisce è **esponenziale**
*Responsabile Sviluppo Business,
Gruppo Assicurativo internazionale*

“ In 5-10 anni il settore assicurativo dovrà affrontare delle sfide mai viste prima. L'impatto della tecnologia, quindi, sarà **disruptive**, nel bene o nel male, poiché porterà alla modifica di molti paradigmi tradizionali su cui il settore assicurativo si basa da sempre
*Responsabile Innovazione,
Compagnia Assicurativa italiana*

“ È necessario intervenire velocemente nel rapporto con la clientela. Ora l'assicurazione si fonda sulla vendita di un servizio, in futuro dovrà **evolvere** e offrire consulenza e risk management a 360°
*Country Manager Italia,
Compagnia Assicurativa europea*

“ Le assicurazioni devono essere pronte a gestire il cambiamento in qualsiasi momento, perché i tempi di introduzione delle tecnologie sono sempre più rapidi e imprevedibili. Le organizzazioni che saranno in grado di agire in ottica davvero fluida e **flessibile** avranno un vantaggio competitivo inestimabile
CEO, Gruppo internazionale di Assistenza

Appendice

Questionario

TREND

L'anno precedente abbiamo individuato i principali trend che dominano il settore assicurativo: tra questi quali pensa che siano tuttora i più rilevanti? (indicarne 3)

- ☐ Embedded/Invisible Insurance
- ☐ Automated Underwriting
(sottoscrizione e valutazione del rischio automatizzata)
- ☐ Natural Catastrophes/Weather Related
- ☐ On demand/Instant Insurance
- ☐ Parametric Insurance
- ☐ Mobility related (MaaS e Mobilità multimodale)
- ☐ Behavioural Insurance
- ☐ Predictive/Data Driven propositions
- ☐ Connected Insurance (basata su IoT)
- ☐ Cyber Security related
- ☐ Sustainability/ESG related
- ☐ Digital Engagement platforms
(interazione innovativa con il cliente)
- ☐ Open Insurance/Ecosystems
- ☐ Altro (specificare)

Quali di questi invece definirebbe come meno rilevanti? (indicarne 3)

- ☐ Embedded/Invisible Insurance
- ☐ Automated Underwriting
(sottoscrizione e valutazione del rischio automatizzata)
- ☐ Natural Catastrophes/Weather Related
- ☐ On demand/Instant Insurance
- ☐ Parametric Insurance
- ☐ Mobility related (MaaS e Mobilità multimodale)
- ☐ Behavioural Insurance
- ☐ Predictive/Data Driven propositions
- ☐ Connected Insurance (basata su IoT)
- ☐ Cyber Security related
- ☐ Sustainability/ESG related
- ☐ Digital Engagement platforms
(interazione innovativa con il cliente)
- ☐ Open Insurance/Ecosystems
- ☐ Altro (specificare)

Quale tra questi ritiene essere il principale abilitatore per l'implementazione efficace di questi trend all'interno della sua azienda? (massimo 2 risposte)

- ☐ Innovazione tecnologica e adozione di tecnologie emergenti
- ☐ Sviluppo di una mentalità aziendale innovativa
- ☐ Processi agili che favoriscono l'innovazione e riducono il time-to-market
- ☐ Competenze digitali e tecnologiche
- ☐ Altro (specificare)

TECNOLOGIE

Quale di queste tecnologie emergenti ha più potenziale per il settore? (in classifica dalla prima all'ultima)

- ☐ Intelligenza Artificiale Generativa (es. Chat GPT)
- ☐ Robotica e Intelligent Automation
- ☐ IoT, sensoristica avanzata e dati satellitari
- ☐ Blockchain e Smart Contracts
- ☐ Realtà Virtuale e Metaverso

INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA (ES. CHAT GPT):

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

- ☐ 0 = non ancora adottata
- ☐ 1 = in fase di PoC/test
- ☐ 2 = solo in maniera parziale
- ☐ 3 = maturità avanzata

Se $\neq 0$, in quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?

- ☐ Sviluppo prodotti
- ☐ Marketing e informativa ai clienti
- ☐ Quotazione e analisi del rischio
- ☐ Sottoscrizione ed emissione delle polizze
- ☐ Gestione degli incassi e dei pagamenti
- ☐ Gestione dei sinistri
- ☐ Assistenza post-vendita
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono le principali opportunità dietro questa tecnologia?

- ☐ Efficientamento dei processi esistenti
- ☐ Miglioramento della relazione con la clientela
- ☐ Apertura a nuovi target
- ☐ Estensione dell'offerta attuale
- ☐ Rafforzamento del brand
- ☐ Altro (specificare)

Relativamente all'AI Generativa, quale pensa che possano essere le possibili implicazioni per la compliance normativa nella sua azienda?

- ☐ Automatizzare l'interpretazione e il recepimento delle normative esterne
- ☐ Individuazione del delta tra la regolamentazione uscente e lo stato normativo attuale dell'organizzazione
- ☐ Generazione automatica di policy e documentazione interna (riducendo il carico di lavoro dei team di compliance)
- ☐ Strumento interno di assistenza per individuare il processo o la policy corretta a cui fare riferimento in una data casistica (es. azioni correttive da mettere in pratica in caso di incidente)
- ☐ Altro (specificare)
- ☐ Non lo ritengo un ambito applicativo prioritario
- ☐ Non lo ritengo un ambito applicativo fattibile a causa dei vincoli che imporrà il regolatore

Quali sono invece le principali complessità e sfide?

- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente
- ☐ Impatti organizzativi e change management
- ☐ Cultura aziendale poco propensa all'innovazione tecnologica
- ☐ Necessità di investimenti economici significativi
- ☐ Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- ☐ Altro (specificare)

ROBOTICA E INTELLIGENT AUTOMATION

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

- ☐ 0 = non ancora adottata
- ☐ 1 = in fase di PoC/test
- ☐ 2 = solo in maniera parziale
- ☐ 3 = maturità avanzata

Se $\neq 0$, in quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?

- ☐ Sviluppo prodotti
- ☐ Marketing e informativa ai clienti
- ☐ Quotazione e analisi del rischio
- ☐ Sottoscrizione ed emissione delle polizze
- ☐ Gestione degli incassi e dei pagamenti
- ☐ Gestione dei sinistri
- ☐ Assistenza post-vendita
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono le principali opportunità dietro questa tecnologia?

- ☐ Efficientamento dei processi esistenti
- ☐ Miglioramento della relazione con la clientela
- ☐ Apertura a nuovi target
- ☐ Estensione dell'offerta attuale
- ☐ Rafforzamento del brand
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono invece le principali complessità e sfide?

- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente
- ☐ Impatti organizzativi e change management
- ☐ Cultura aziendale poco propensa all'innovazione tecnologica
- ☐ Necessità di investimenti economici significativi
- ☐ Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- ☐ Altro (specificare)

IOT, SENSORISTICA AVANZATA E DATI SATELLITARI

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

- ☐ 0 = non ancora adottata
- ☐ 1 = in fase di PoC/test
- ☐ 2 = solo in maniera parziale
- ☐ 3 = maturità avanzata

Se $\neq 0$, in quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?

- ☐ Sviluppo prodotti
- ☐ Marketing e informativa ai clienti
- ☐ Quotazione e analisi del rischio
- ☐ Sottoscrizione ed emissione delle polizze
- ☐ Gestione degli incassi e dei pagamenti
- ☐ Gestione dei sinistri
- ☐ Assistenza post-vendita
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono le principali opportunità dietro questa tecnologia?

- ☐ Efficientamento dei processi esistenti
- ☐ Miglioramento della relazione con la clientela
- ☐ Apertura a nuovi target
- ☐ Estensione dell'offerta attuale
- ☐ Rafforzamento del brand
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono invece le principali complessità e sfide?

- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente
- ☐ Impatti organizzativi e change management
- ☐ Cultura aziendale poco propensa all'innovazione tecnologica
- ☐ Necessità di investimenti economici significativi
- ☐ Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- ☐ Altro (specificare)

BLOCKCHAIN E SMART CONTRACT

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

- ☐ 0 = non ancora adottata
- ☐ 1 = in fase di PoC/test
- ☐ 2 = solo in maniera parziale
- ☐ 3 = maturità avanzata

Se $\neq 0$, in quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?

- ☐ Sviluppo prodotti
- ☐ Marketing e informativa ai clienti
- ☐ Quotazione e analisi del rischio
- ☐ Sottoscrizione ed emissione delle polizze
- ☐ Gestione degli incassi e dei pagamenti
- ☐ Gestione dei sinistri
- ☐ Assistenza post-vendita
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono le principali opportunità dietro questa tecnologia?

- ☐ Efficientamento dei processi esistenti
- ☐ Miglioramento della relazione con la clientela
- ☐ Apertura a nuovi target
- ☐ Estensione dell'offerta attuale
- ☐ Rafforzamento del brand
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono invece le principali complessità e sfide?

- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente
- ☐ Impatti organizzativi e change management
- ☐ Cultura aziendale poco propensa all'innovazione tecnologica
- ☐ Necessità di investimenti economici significativi
- ☐ Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- ☐ Altro (specificare)

REALTÀ VIRTUALE E METAVERSO

Qual è il grado di maturità nell'implementazione all'interno della sua Compagnia?

- ☐ 0 = non ancora adottata
- ☐ 1 = in fase di PoC/test
- ☐ 2 = solo in maniera parziale
- ☐ 3 = maturità avanzata

Se $\neq 0$, in quale/i parte/i della catena del valore assicurativa?

- ☐ Sviluppo prodotti
- ☐ Marketing e informativa ai clienti
- ☐ Quotazione e analisi del rischio
- ☐ Sottoscrizione ed emissione delle polizze
- ☐ Gestione degli incassi e dei pagamenti
- ☐ Gestione dei sinistri
- ☐ Assistenza post-vendita
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono le principali opportunità dietro questa tecnologia?

- ☐ Efficientamento dei processi esistenti
- ☐ Miglioramento della relazione con la clientela
- ☐ Apertura a nuovi target
- ☐ Estensione dell'offerta attuale
- ☐ Rafforzamento del brand
- ☐ Altro (specificare)

Quali sono invece le principali complessità e sfide?

- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling dei dipendenti
- ☐ Necessità di up-skilling e re-skilling della classe dirigente
- ☐ Impatti organizzativi e change management
- ☐ Cultura aziendale poco propensa all'innovazione tecnologica
- ☐ Necessità di investimenti economici significativi
- ☐ Difficoltà di integrazione con processi e strumenti esistenti
- ☐ Altro (specificare)

DIGITAL EXPERIENCE PLATFORM

La sua azienda ha già adottato una Digital Experience Platform (DXP)?

- ☐ Sì (specificare quale)
- ☐ No, ma ne stiamo valutando l'introduzione
- ☐ No, non lo trovo rilevante in questo momento

Quali i sono i principali benefici legati all'utilizzo di questa piattaforma?

- ☐ Miglioramento della customer experience
- ☐ Aumento dell'efficienza dei processi aziendali
- ☐ Accelerazione del time to market
- ☐ Miglior visibilità sui dati raccolti per supportare meglio i clienti
- ☐ Aumento del fatturato
- ☐ Ottimizzazione dei costi aziendali

COMPETENZE E CHANGE MANAGEMENT

Ritiene che ci sia un gap di competenze digitali e tecnologiche nella sua azienda? Se sì, in quali ambiti?

- ☐ Sì (specificare)
- ☐ No o non particolarmente

Rispetto agli impatti organizzativi ed iniziative di change management, quali attività sono necessarie per implementare correttamente la transizione? (es. riallocazione di personale)

Domanda aperta

OPEN INSURANCE

Ritiene che una maggiore apertura e interoperabilità dei dati assicurativi dei clienti, anche tra soggetti attualmente non vigilati, rappresenti in definitiva un'opportunità o un rischio per il suo business?

- ☐ Opportunità (es. concorrenza positiva e innovazione di prodotto, espandere la conoscenza del cliente a 360° gradi)
- ☐ Rischio (es. complessità nella governance del dato, possibili violazioni, scarsa reciprocità nella condivisione della propria base dati)
- ☐ Altro (specificare)

Quale ritiene che debba essere il ruolo del Regolatore nella transizione verso un modello di Open Insurance?

- ☐ Favorire la tutela del consumatore e del corretto trattamento ed utilizzo dei dati
- ☐ Garantire una concorrenza "equa" stabilendo regole chiare ed uguali per tutti gli operatori, comprese le terze parti non vigilate
- ☐ Mettere a disposizione, tramite sandbox o programmi associativi, le risorse e le conoscenze tecnologiche necessari per implementare l'infrastruttura necessaria (es. API)
- ☐ Altro (specificare)

IMPATTO DELLE TECNOLOGIE SUL FUTURO DEL SETTORE ASSICURATIVO

Una parola chiave o una frase per rappresentare l'impatto delle tecnologie emergenti nel settore assicurativo nei prossimi 5-10 anni.

Domanda aperta



Contatti

EY



Marco Concordati

Partner, Insurance Business Transformation, EY
marco.concordati@it.ey.com

IIA



Simone Ranucci Brandimarte

Presidente e Co-founder Italian Insurtech Association
simone.ranucci@yolo-group.com



Federica Baiocchi

Innovation & Fintech Manager, EY
federica.baiocchi@it.ey.com



Gerardo Di Francesco

Segretario Generale e Co-founder, Italian Insurtech Association
gerardo.difrancesco@widegroup.eu

Autori

Valeria Biondi

Innovation and Fintech Associate, EY
valeria.biondi@it.ey.com

Roberta Guastalegname

Insurance Business Transformation Consultant, EY
roberta.guastalegname@it.ey.com

Pietro Lado

Innovation and Fintech Senior Associate, EY
pietro.lado@it.ey.com

Ringraziamenti

Liliana Troaca

COO, Italian Insurtech Association

Manuela Gargiulo

CMO, Italian Insurtech Association

Lucia Mazzola

Brand & Communication, EY Italia

Giusy Cinotti

Brand & Communication, EY Italia

EY | Building a better working world

EY esiste per costruire un mondo del lavoro migliore, aiutare a creare valore nel lungo termine per i clienti, le persone e la società, e costruire fiducia nei mercati finanziari.

Supportati dall'uso di dati e tecnologia, i team di EY in oltre 150 Paesi creano fiducia attraverso servizi di revisione e aiutano i clienti a crescere, trasformarsi e portare avanti il business.

Operando nel campo della revisione, consulenza, assistenza fiscale e legale, strategia e transaction i professionisti di EY si pongono le migliori domande per trovare risposte innovative alle complesse sfide che il mondo si trova oggi ad affrontare.

“EY” indica l'organizzazione globale di cui fanno parte le Member Firm di Ernst & Young Global Limited, ciascuna delle quali è un'entità legale autonoma. Ernst & Young Global Limited, una “Private Company Limited by Guarantee” di diritto inglese, non presta servizi ai clienti. Maggiori informazioni su raccolta e utilizzo dei dati da parte di EY e sui diritti individuali che ricadono sotto la legislazione sulla protezione dei dati sono disponibili su ey.com/IT/privacy. Le Member Firm di EY non prestano servizi legali dove non è consentito dalle normative locali. Per maggiori informazioni sulla nostra organizzazione visita ey.com.

© 2023 EY Advisory S.p.A.
All Rights Reserved.

ED None.

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, legal or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

ey.com/it

