



AGENTI NEL FUTURO

PRIMO PIANO

Mystery shopping, si parte

È partito ieri il primo esercizio congiunto di mystery shopping nel mercato assicurativo in Europa. Coordinata da Eiopa, l'iniziativa vedrà coinvolti alcuni paesi dell'Unione Europea, fra cui l'Italia. "I mystery shopper si recheranno, in veste di potenziali clienti, presso un campione selezionato di banche, sportelli postali e agenzie per verificare in incognito le concrete modalità di offerte delle polizze assicurative", si legge in un comunicato stampa diffuso ieri dall'Ivass. "I risultati dell'esercizio congiunto – prosegue la nota dell'istituto italiano di vigilanza – offriranno osservazioni comparabili a livello europeo e maggiori elementi informativi, utili a rafforzare la tutela degli assicurati".

Come specifica Eiopa, "il mystery shopping è una tecnica che prevede l'utilizzo di individui adeguatamente formati, noti come mystery shopper, per sperimentare e valutare le fasi chiave del ciclo di vita di un prodotto, agendo come (potenziali) clienti e riportando la propria esperienza". L'iniziativa si propone di fornire indicazioni sulla customer experience, sul trattamento riservato ai clienti nella fase di vendita dei prodotti, sull'applicazione dei requisiti regolamentari e sul monitoraggio delle misure di vigilanza.

Giacomo Corvi

AI e assicurazioni: rischi e potenzialità

L'intelligenza artificiale può contribuire al miglioramento dell'analisi delle minacce, ma anche ad affinare le garanzie delle polizze e dei servizi post vendita. Occorre però che la tecnologia sia coerente con i principi etici e le norme che tutelano il mercato e il cliente

L'avvento dell'intelligenza artificiale super-intelligente potrebbe essere tanto la cosa migliore quanto la peggiore mai successa all'umanità
Stephen Hawking

L'intelligenza artificiale (AI) è un campo di ricerca che si occupa di sviluppare sistemi informatici in grado di svolgere attività che richiederebbero intelligenza umana. Sul fronte della produzione, distribuzione e gestione di prodotti e servizi assicurativi il suo utilizzo può certamente comportare vantaggi a tutto il sistema, sia garantendo il miglioramento della capacità di individuazione, previsione, analisi, valutazione e gestione dei rischi, sia migliorando sostanzialmente il rispetto delle norme a tutela del mercato. Il suo utilizzo può comportare vantaggi elevando l'efficacia e l'efficienza delle funzioni di protezione economica e sociale che sta nella natura e nei fini dell'assicurazione. Se ben concepita, l'AI può contribuire straordinariamente al miglioramento della filiera che va dall'analisi dei rischi fino ai contenuti di garanzia delle polizze e ai servizi post-contratto.

Almeno due sono le condizioni affinché questo miglioramento si realizzi. La prima è che l'AI sia coerente in punto di realtà ai principi etici e alle norme a tutela del mercato e del cliente. La seconda condizione è che sia concepita come un mezzo e non come un fine, e che sia subordinata al servizio della professionalità e della tecnica e della cultura assicurativa.

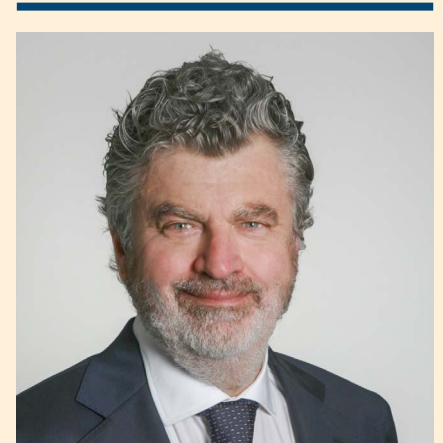
LA MUTUALITÀ DEV'ESSERE GARANTITA

La vera domanda è: quando redigeremo una carta dei diritti sull'intelligenza artificiale? In cosa consisterà? E chi potrà deciderlo?

Gray Scott, futurista e techno-filosofo

Fermo restando il rispetto delle norme in corso e di quelle che verranno dettate dalle autorità e dagli organismi di regolamentazione e controllo, il settore assicurativo saprà darsi autonomamente specifiche regole di rispetto nell'uso della AI in coerenza alla natura e alla funzione sociale che lo caratterizza?

La funzione della mutualità tra assicurati è uno dei principi fondanti dell'assicurazione. Essa si basa sull'idea che tutti gli assicurati, indipendentemente dalle loro condizioni personali, abbiano diritto a una protezione adeguata e solidale in caso di eventi dannosi. La tutela della mutualità deve quindi essere garantita e rigidamente controllata. Lo strumento principale per garantire la mutualità tra gli assicurati è la tariffa, ovvero il prezzo del premio che viene calcolato in base a specifici e oggettivi fattori di rischio. (continua a pag 2)



Giuseppe Villa, consigliere di Uea

(continua da pag 1) La tutela della mutualità tra assicurati dovrebbe essere un elemento fondamentale per il corretto funzionamento del sistema assicurativo. Ma oggi cos'è?

I PRINCIPALI RISCHI DEI SISTEMI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Non dormo di notte se penso AI rischi e alla mancanza di regole
Sam Altman, padre dell'AI

Principi e regole di mutualità sono già da tempo pesantemente messi in discussione sia nella determinazione, sia nell'applicazione delle tariffe da parte delle compagnie.

L'impiego dell'AI sarà un ulteriore pregiudizio al rispetto dei principi di mutualità ed eguaglianza sociale, oppure può rappresentare un'occasione per un ritorno a una mutualità effettiva?

Consideriamo alcuni dei principali rischi dietro l'utilizzo di sistemi di AI:

- **Discriminazione algoritmica:** esiste la possibilità che i sistemi di AI sviluppati presentino bias (distorsioni di valutazione) e discriminazioni. Questo può accadere quando i dati e i parametri utilizzati per addestrare i sistemi contengono errori, pregiudizi, fattori di discriminazione e l'utilizzo di questi algoritmi può portare a discriminazioni nei confronti di determinati gruppi di persone, portando sì a una maggiore selezione dei rischi da parte delle compagnie assicurative, ma, contestualmente, a limitare o addirittura escludere dalla possibilità di copertura assicurativa determinati soggetti o categorie. Se un algoritmo, nel calcolare il premio di polizza, è studiato solo al fine di acquisire i clienti prospect e/o trattenere i clienti più profittevoli (quindi anche per accrescere la profittabilità dei clienti marginali) ci troveremmo di fronte a meccanismi discriminanti già nella formazione dell'offerta.
- **Mancanza di regolamentazione:** l'AI è un fenomeno globale, è dunque importante che ci sia una collaborazione internazionale per stabilire specifici standard di sicurezza e regolamentazione. Per controllare l'AI all'interno dei perimetri della legalità è necessario creare leggi e regolamenti generali e settoriali, nonché definire responsabilità e adeguate sanzioni in caso di violazione delle norme. Ciò dovrebbe includere tutti i soggetti responsabili: le autorità, le istituzioni, le aziende, i progettisti, gli sviluppatori, tutti i soggetti che la condizionano e la utilizzano. Le leggi e i regolamenti devono essere inoltre soggetti a un controllo e a una revisione periodica per garantirne un aggiornamento costante, anche considerando i potenziali cambiamenti sociali che l'uso di questa tecnologia determinerà.
- **Da non trascurare poi la fondamentale riconduzione a standard etici di base.** Questi dovrebbero essere definiti e aggiornati con il coinvolgimento di soggetti o istituzioni di comprovata trasparenza e competenza, compresi i progettisti e i committenti che dovrebbero essere vincolati a rigide regole di trasparenza, anche riguardo il tipo di dati che utilizzano per addestrare gli algoritmi.
- **Mancanza di trasparenza e accountability:** un altro rischio è la carenza di trasparenza e di accountability sull'adozione di provvedimenti proattivi e tali da dimostrare la concreta adozione di misure finalizzate ad assicurare l'applicazione delle leggi e dei regolamenti. Considerando che al momento non esiste una regolamentazione uniforme per l'uso dell'AI, la mancanza di trasparenza può rendere difficile per le autorità monitorare e controllare il sistema.

TARIFE CHE NON RISPETTANO I PRINCIPI BASE DELL'ASSICURAZIONE

Il rischio più grande dell'intelligenza artificiale non è la malvagità ma la competenza. Un'AI super intelligente sarà estremamente brava a raggiungere i suoi obiettivi, e se questi non saranno allineati ai nostri, saremo nei guai. Probabilmente non siete degli odiatori di formiche che calpestano questi insetti per cattiveria, ma se siete responsabili di un progetto idroelettrico sostenibile e c'è un formicaio nella regione che dovete allagare, andrà a finire male per le formiche. Cerchiamo di non mettere l'umanità nella posizione delle formiche
Stephen Hawking



In sintesi, per efficientare, controllare e mantenere l'AI all'interno della legalità è necessario un approccio olistico che consideri etica, leggi, regolamenti specifici, monitoraggio, controllo sulla regolamentazione, trasparenza, responsabilità legale, formazione, sensibilizzazione, nonché volontà di coordinamento e collaborazione tra autorità internazionali e nazionali. (continua a pag 3)



(continua da pag 2) Oggi più che in passato, con frequenza crescente, assistiamo all'utilizzo di tariffe abbinate a condizioni particolari e/o agevolate che non rispettano i principi base dell'assicurazione. Un utilizzo strumentale che non rispetta inoltre la necessaria equa capacità distributiva degli intermediari e le minime regole di accessibilità diffusa all'offerta da parte del consumatore.

Concludendo, l'AI offre molte opportunità per migliorare l'efficienza e l'efficacia del sistema assicurativo solo se saprà prevenire, eliminare, controllare e gestire attraverso norme adeguate e autorità indipendenti quelli che sono i rischi a essa associati. Solo una regolamentazione adeguata può rappresentare un'occasione di sviluppo e miglioramento qualitativo del mercato. Principi che riportino l'assicuratore e la distribuzione al rispetto di fatto dei più elementari diritti alla mutualità e all'accesso al mercato dell'offerta assicurativa professionale da parte dei cittadini e dei soggetti economici e sociali.

Giuseppe Villa,
consigliere di Uea



MERCATO

Nel primo trimestre aumentano i premi danni in Italia

L'ultima rilevazione dell'Ania mostra che la raccolta del portafoglio diretto ha raggiunto gli 11,9 miliardi di euro (+8,4%)

Si conferma la crescita sostenuta del settore danni italiano, la cui raccolta premi ha sfiorato per la prima volta, a fine marzo, i 12 miliardi di euro. Alla fine del primo trimestre 2024, stando ai dati di **Ania**, i premi totali (imprese italiane e rappresentanze) del portafoglio diretto danni sono ammontati a 11,9 miliardi, in aumento dell'8,4% rispetto alla fine del primo trimestre del 2023, quando il settore registrava una crescita dell'11%.

L'aumento del totale dei premi danni alla fine del primo trimestre di quest'anno, secondo l'Ania, è ascrivibile sia allo sviluppo del settore non-auto, che ha registrato una variazione positiva del 6,8%, sia del settore auto (+11,1%) per effetto dell'aumento dei premi del ramo Corpi veicoli terrestri (+15,3%), e di quello dei premi del ramo Rc auto, che hanno registrato un incremento che ha sfiorato il 10%.

B.M.



ARAG
Tutela Legale
Professionista #Next!

A protezione di ogni tipo di attività professionale

www.arag.it

RICERCHE

Salute mentale dei dipendenti: minaccia grave, ma poco probabile

La pensano così le aziende intervistate da Mercer Marsh Benefits
in un nuovo studio sulle risorse umane

Quali sono i rischi che modelleranno il futuro assetto del mondo del lavoro? Le aziende si confrontano con numerose pressioni connesse all'ingaggio e all'attrazione delle competenze, con l'esigenza di creare luoghi di lavoro più vivibili. Una nuova analisi pubblicata da **Mercer Marsh Benefits**, società di **Marsh McLennan**, rivela le principali sfide nel campo delle risorse umane che le organizzazioni europee devono affrontare: il deterioramento della salute mentale e l'impatto delle catastrofi naturali e delle condizioni climatiche estreme sulle persone si accompagnano alla carenza dei profili necessari alle aziende per rimanere competitive e all'arretramento dei sistemi sanitari nazionali.

I professionisti delle risorse umane e dei rischi, in Italia, hanno classificato il deterioramento della salute mentale come il rischio più grave per severità: nella media europea, tale rischio è al secondo posto. Sempre in Italia, seguono l'impatto delle catastrofi naturali e delle condizioni climatiche estreme. Tuttavia, nonostante la consapevolezza sulle sfide, i partecipanti allo studio classificano questi rischi come "poco probabili", facendoli scivolare in fondo alla classifica del **Risk Rating Score** che considera contemporaneamente severità e probabilità di accadimento. "Lo squilibrio tra gravità percepita e probabilità del suo effettivo impatto può portare conseguenze rilevanti per le aziende, minando la resilienza delle stesse", si legge nel report.

Inoltre, più della metà delle aziende con sede in Italia ritiene che l'aumento dei costi legati a salute e benefit (48%) e la carenza di lavoratori con profili e competenze adeguate (49%) potrebbero avere un impatto grave o catastrofico sulla loro organizzazione.

I timori sull'aumento dei costi legati ai benefit

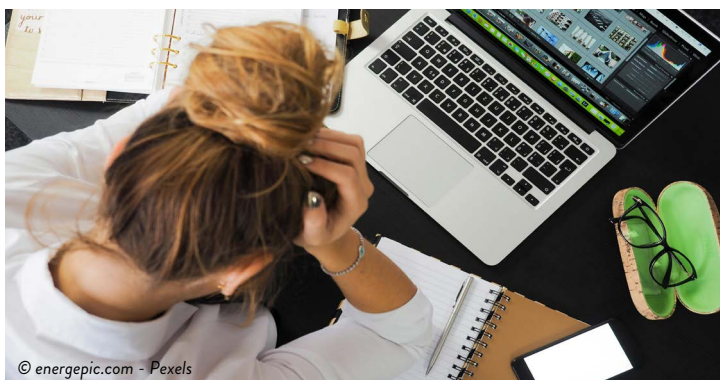
Più della metà dei partecipanti allo studio, italiani ed europei (52%), ritiene che la disparità di trattamento tra lavoratori ad alto e basso reddito potrebbe avere "conseguenze importanti", ma solo il 22% in Italia e il 27% in Europa ha attualmente una *employee value proposition* "efficace e chiaramente definita".

Nei prossimi due anni in Italia, i timori riguardano soprattutto l'area governance, compliance & financial: tra le principali preoccupazioni ci sono i "cambi legislativi repentini", che possono mettere a rischio i processi aziendali, e la gestione dei benefit.

Sempre nelle prime posizioni, tra gli intervistati italiani, si piazzano i rischi legati al deterioramento del sistema pubblico e al conseguente impatto sull'aumento dei costi legati alla salute e ai benefit dei lavoratori. Questi rischi, sottolinea lo studio, vanno letti insieme ai timori sulle conseguenze rispetto alla strategia di retribuzione e benefit che le aziende devono adottare per rimanere "competitive, resilienti" e garantirsi la sostenibilità nel medio lungo periodo: "l'attenzione – dicono gli analisti – dovrebbe essere posta sulla prevenzione e sulla garanzia di programmi di health & wellbeing strutturati e ben pianificati".

Tuttavia, solo la metà delle aziende intervistate in Italia dichiara di avere attualmente un'organizzazione disegnata sulle esigenze di wellbeing dei lavoratori: "otto su dieci lavoratori dichiarano di essere a rischio di esaurimento (burnout) e tre su dieci di subire un eccessivo carico di lavoro. Tutto questo appare particolarmente preoccupante alla luce del fatto che solo un C-Level su cinque penserebbe di ridurre la forza lavoro se l'azienda subisse pesanti crisi di natura finanziaria", rileva lo studio.

Fabrizio Aurilia



© energpic.com - Pexels

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 5 giugno di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Melià | Via Masaccio 19, 20149 Milano



OPENING SESSION

BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

Intelligenza artificiale, machine learning, big data, blockchain, IoT, cloud computing e digitalizzazione sono le leve che il settore assicurativo sta utilizzando per ricercare spazi di innovazione distintivi che consentano di potenziare il valore dell'assicurazione nel nostro paese, la diversificazione dei servizi e la relazione con il cliente. Il legame tra Business e Tecnologia si stringe in percorsi sempre più sfidanti, tracciati da scenari difficili e caratterizzati da crisi permanenti, effetti dei cambiamenti climatici, criteri di mutualità e ricerca di profittabilità. Il ripensamento del business assicurativo è sostenuto da modelli evoluti di valutazione e mitigazione del rischio, interpretazione dello strumento tecnologico a favore delle strategie identitarie, commerciali e di sostenibilità delle compagnie.

Modera Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

Sponsor opening session

- 9.00 – 9.30 ► **REGISTRAZIONE**
- 9.30 – 10.30 ► **TAVOLA ROTONDA – BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE**
 - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
 - Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà (gruppo Unipol)
 - Irene Di Deo, ricercatrice senior dell'Osservatorio artificial intelligence Polimi
 - Enzo Di Puma, chief operating officer di Axa Italia
 - Sergio Miedico, chief operating officer di Reale Ites
 - Vanessa Perciballi, head of data products and BI tools di Generali Italia
- 10.30 – 10.40 ► **SCENARIO DI MERCATO E INNOVAZIONE PER CITTADINI E IMPRESE**
 - Intervista a Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- 10.40 – 11.00 ► **CONFIGURAZIONE ZERO-CODE ATTRAVERSO L'INTERA CATENA DEL VALORE**
 - Sara Zavarise, head of pre-sales di Rgi
- 11.00 – 11.30 ► **COFFEE BREAK**
- 11.30 – 12.30 ► **TAVOLA ROTONDA – OMNICHANNEL, COSÌ CAMBIA L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE**

Strategie, tecnologie, progetti per l'evoluzione del servizio (nel mondo salute, auto, danni) e della centralità del cliente

 - Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
 - Letizia D'Abbondanza, chief customer & external communication officer di Axa Italia
 - Silvia Del Sole, responsabile corporate & marketing communications e segreteria societaria di Blue Assistance
 - Mirella Maffei, direttore business development & finance di Assimoco e direttore generale di Bcc Assicurazioni
 - Lorenzo Maselli, head of go to market di Doxee
 - Eddy Piedepalumbo, responsabile agenzie, affinity e broker di Helvetia Italia
- 12.30 – 13.00 ► **TAVOLA ROTONDA – INSURTECH: IDEE, TECNOLOGIE E AREE DI APPLICAZIONE**

Il contributo di insurtech e start up all'innovazione del settore assicurativo: scenario di mercato, azioni intraprese, risultati e opportunità da cogliere

 - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
 - Simone Ranucci Brandimarte, presidente dell'Italian Insurtech Association
 - Nicolò Soresina, ceo e chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub
- 13.00 – 14.00 ► **LUNCH**



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

WWW.INSURANCECONNECT.TV

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

14.00 - 15.30

- I trend di mercato, le strategie delle compagnie e gli orientamenti del cliente stanno accelerando le azioni degli intermediari in un quadro fatto di ricerca di stabilità, competitività, efficienza e valore aggiunto per il cliente. A caratterizzare il cambiamento sono digitalizzazione, piattaforme tecnologiche, specializzazione, accordi commerciali e società di servizi.

14.00 – 14.20 – **MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI, UNA LEVA DI SUCCESSO PER GLI INTERMEDIARI**
- Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14.20 – 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – TECNOLOGIE, ORGANIZZAZIONE E PARTNERSHIP: DALLE ESIGENZE DELLA CLIENTELA AL NUOVO BUSINESS**
modera Fabio Orsi, Innovation Team

- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati
- Giuseppe Suter, presidente del Gruppo Agenti Italiana Assicurazioni
- Enrico Ullivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

SESSIONE TEMATICA INNOVATION LAB

14.00 – 15.30

- Interpretare il cambiamento, anticipare l'evoluzione del mercato e della clientela, amplificare le possibilità di offrire soluzioni e servizi. Con questo obiettivo sono nati centri di competenza e importanti iniziative capaci di prevedere il futuro, favorire nuove opportunità, fornire risposte concrete al cliente.

14.00 - 14.20 – **AI ACT IN ACTION: SFIDE E OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE PER IL SETTORE ASSICURATIVO**
- Stefania Salmi, manager di Scs Consulting

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE E PROGETTI PER L'INNOVAZIONE**

- Enkeleida Bitri, responsabile innovazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Andrea Cavallero, chief operations & IT officer di Generali Italia
- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai
- Maurizio Rainò, chief claims officer di Axa Italia
- Elena Repetto, chief operating officer del Gruppo Helvetia Italia
- Davide Ricci, senior manager di Scs Consulting

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



SESSIONE TEMATICA COMUNICAZIONE

15.30 – 17.00

La comunicazione, attraverso i social, sul territorio o coinvolgendo dipendenti e reti di vendita, è un pilastro per trasmettere i valori identitari delle compagnie, sensibilizzare la clientela verso l'importanza dell'educazione finanziaria, l'inclusione, la partecipazione. E far emergere, con strumenti e iniziative innovative, il ruolo economico e sociale dell'assicurazione.

15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – INIZIATIVE PHYGITAL, EDUCATIVE E INCLUSIVE

modera Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Carla Bellavia, direttore risorse umane, organizzazione e comunicazione di Groupama Assicurazioni
- Luciano Chillemi, responsabile comunicazione istituzionale e customer care di Vittoria Assicurazioni
- Chiara Pastorino, responsabile personale e organizzazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Luca Petermaier, responsabile comunicazione di gruppo, relazioni esterne e corporate identity del gruppo Itas
- Alessandra Pugliese Levi, head of internal communication, change management & D&I di Axa Italia

16.45 – 17.00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE E MODELLI DI OFFERTA

15.30 – 17.00

La pluralità di modelli distributivi è espressione della ricerca di innovazione da parte degli operatori del settore, tra nuove strategie basate sulla tecnologia e sulle partnership, capacità di comporre e valorizzare prodotti e servizi (anche in ottica embedded insurance o polizze parametriche), e di interagire con i clienti.

15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER L'INNOVAZIONE DEI MODELLI DISTRIBUTIVI

- Fabio Ariolli, energy & insurance director di Wind Tre
- Leonardo Felician, ceo BeRebel (gruppo Unipol)
- Simone Lazzaro, chief underwriting officer di Revo Insurance
- Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
- Jean-François Mossino, presidente della Commissione Agenti Bipar
- Antonio Valitutti, ad di Isybank

16.45 – 17.00 – Q&A

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI
SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO