

PRIMO PIANO

Reclami ancora in crescita

Nel 2024 le compagnie assicurative attive in Italia hanno ricevuto complessivamente 113.537 reclami, il 5,6% in più rispetto all'anno precedente. Lo comunica oggi l'Ivass nel suo ultimo aggiornamento statistico. L'istituto evidenzia che la variazione risulta comunque inferiore al +10,9% che si era registrato nel 2023.

L'incremento maggiore si è verificato nel comparto dei rami danni escluso l'Rc auto (+9%), con un picco del 10,1% per le imprese italiane. Alla base del rialzo, secondo l'Ivass, anche "gli eventi atmosferici eccezionali del 2023, che hanno determinato una anomala concentrazione di sinistri in un ristretto arco temporale, impattando anche sui processi liquidativi". In crescita anche i casi nel settore dell'Rc auto (+5%), mentre va in contropendenza il business vita, che chiude il bilancio del 2024 con una diminuzione dell'1,8% dei reclami.

Il tempo medio di risposta, scrive l'Ivass, si è mantenuto "sempre significativamente al di sotto" del limite dei 45 giorni previsto dalla regolamentazione di settore. Il 95% dei reclami trattabili è stato evaso dalle imprese del settore, mentre il restante 5% risultava ancora in fase istruttoria alla fine del 2024. Il 31,8% dei reclami evasi è stato accolto, l'8,1% si è chiuso con una transazione e il 60,1% è stato respinto.

Giacomo Corvi

TECNOLOGIE

AI e assicurazioni, tra efficienza operativa e rischi cyber

L'intelligenza artificiale ha trovato applicazione stabile nel settore assicurativo e sta facendo percepire i potenziali vantaggi del suo pieno utilizzo. Tuttavia, in questa fase ancora prossima alla sperimentazione è necessario un attento controllo per ridurre i rischi di errore. Le norme europee AI Act e Dora sono nate proprio per fornire una guida di sicurezza

Nel 2025, il settore assicurativo europeo sta vivendo un momento di forte accelerazione tecnologica. L'adozione di soluzioni basate sull'intelligenza artificiale, in particolare, sta crescendo con grande rapidità. Secondo **Fitch Ratings**, oltre il 50% delle compagnie non vita europee ha già adottato soluzioni di AI (dato aggiornato a febbraio 2025), mentre secondo **Milliman**, il 60% delle compagnie utilizza applicazioni generative nei processi legati alla gestione dei sinistri e al customer care, come riportato nel *Milliman barometer of GenAI adoption – European insurance*, aggiornamento di marzo 2025.

Anche a livello globale la direzione è chiara. Un recente sondaggio condotto da **Gallagher** nel 2025 mostra che il 68% dei dirigenti C-level considera l'intelligenza artificiale una leva strategica. Tuttavia, il dato è in calo rispetto all'82% registrato l'anno precedente, a segnalare una fase di maggiore consapevolezza: non si tratta più solo di adottare l'AI, ma di farlo secondo criteri di sicurezza, etica e controllo.

È un cambio di passo evidente rispetto al periodo 2020–2022, quando l'intelligenza artificiale era guardata con diffidenza e gli use case non apparivano ancora di immediata intuizione. Oggi, complice anche l'urgenza competitiva e il cosiddetto "effetto ChatGpt", l'adozione dell'AI non è più una scommessa marginale o un esperimento secondario: è diventata un trend di sistema, strutturale e imprescindibile.

Tuttavia, mentre il motore accelera, la carrozzeria normativa e il telaio della resilienza operativa fanno fatica a tenere il passo. Le normative **Dora** (Digital operational resilience act) e **AI Act** nascono proprio per colmare questo scollamento: non hanno l'obiettivo di frenare l'innovazione, ma vogliono ancorarla a criteri di solidità e governo sistematico.

COME SI USA OGGI L'AI NELLE COMPAGNIE

L'intelligenza artificiale è ormai diventata pervasiva nel settore assicurativo. Le sue applicazioni sono molteplici e riguardano ambiti strategici. Nell'underwriting intelligente, ad esempio, l'AI viene impiegata per il calcolo del rischio attraverso modelli predittivi avanzati. Nel campo dei sinistri automatizzati, invece, si fa uso di tecnologie come la visione artificiale e il Natural language processing per gestire in modo efficiente fotografie e quantificazioni dei dati.

L'intelligenza artificiale è presente anche nel customer engagement, con agenti conversazionali sempre disponibili, 24 ore su 24, a servizio dei clienti.

(continua a pag. 2)



© Tara Winstead - pexels

(continua da pag. 1)

In aggiunta, sono sempre più diffuse le soluzioni di antifrode e pricing dinamico, in cui entrano in gioco algoritmi adattivi che si aggiornano dinamicamente con l'uso degli utenti.

I vantaggi di queste applicazioni sono evidenti: riduzione dei costi, maggiore qualità del servizio e una clientela più soddisfatta. Tuttavia, dietro l'entusiasmo per le prime applicazioni si celano elementi di rischio ancora non efficacemente gestiti: spesso manca una visione sistematica sul modello di governance dei rischi associati all'uso dell'AI.

ATTENZIONE ALLA SOTTOSTIMA DEI RISCHI

In molti casi, l'intelligenza artificiale viene trattata come se fosse un normale componente tecnologico ma, così facendo, si rischia di sottostimare i fattori di rischio che essa introduce. Esempi concreti di incidenti dovuti all'uso dell'AI sono sempre più frequenti.

In un caso, un audit interno ha scoperto che un modello di pricing basato sull'AI modificava autonomamente i parametri tariffari, seguendo pattern "opachi", senza log di spiegabilità accessibili. In un altro caso, una compagnia ha testato un modello antifrode che finiva per penalizzare sistematicamente determinati codici postali, con il rischio evidente di incorrere in comportamenti discriminatori.

C'è di più: alcuni sinistri sono stati rifiutati dal modello AI per una presunta incongruenza, che però era frutto di un errore nel percorso di ragionamento o dell'algoritmo stesso. In tutti questi casi, il problema non risiede nella tecnologia in sé, ma nella mancanza di un modello di governance adeguato basato sulla trasparenza operativa e su presidi strutturati.

DORA E AI ACT: DUE NORMATIVE, UN MESSAGGIO COERENTE

Il Dora e l'AI Act europeo non vanno interpretati come regolamenti concorrenti, ma come strumenti complementari. Il Dora impone requisiti stringenti sulla resilienza Ict e sul controllo dei fornitori critici. L'AI Act, invece, introduce una classificazione dei sistemi di intelligenza artificiale in base al rischio, imponendo requisiti specifici per quelli considerati "ad alto rischio", una categoria in cui rientrano molte applicazioni assicurative.

Ci sono alcuni punti chiave da presidiare. Anzitutto, la cybersecurity by design, che deve essere estesa anche ai modelli di AI integrati nei processi. Occorre poi implementare una valutazione continua dei fornitori di soluzioni tecnologiche, inclusi quelli che forniscono modelli o servizi attraverso Api.

È indispensabile garantire la tracciabilità delle decisioni automatizzate, con la possibilità di analizzare, spiegare, intervenire e, se necessario, disattivare i comportamenti erronei. Infine, è fondamentale introdurre un testing continuo di robustezza, anche in contesti operativi reali.

Per la sua stessa natura non deterministica, l'AI deve essere governata come un asset strategico e regolata come una possibile fonte di rischio operativo.

LA SFIDA È GOVERNARE UN'INTELLIGENZA NON (ANCORA) MATURA

Per passare dall'adozione all'orchestrazione dell'AI, le compagnie assicurative devono agire su quattro direttive fondamentali.

Primo, è necessario un modello di governance interfunzionale, dove IT, compliance, risk management, data science e business condividano linguaggi, obiettivi e responsabilità. Secondo, è cruciale adottare una logica di explainability by design: la capacità di tracciare, comprendere e correggere le decisioni assunte dai modelli di AI non può più essere considerata opzionale.

Il terzo elemento riguarda il supply chain management: ogni algoritmo o dataset esterno rappresenta un potenziale vettore di rischio e deve essere quindi verificato e certificato. Infine, serve una cyber readiness evolutiva: la sicurezza non è più solo una funzione tecnica dell'IT, ma un asset strategico che deve sapersi adattare all'evoluzione dell'utilizzazione dell'AI che faranno le compagnie. Le principali compagnie italiane hanno già da tempo avviato percorsi strutturati per affrontare queste sfide. Tuttavia, la vera differenza non sarà fatta da chi si limita a usare l'AI, bensì da chi sarà in grado di governarla con visione strategica e disciplina industriale. Nel mondo assicurativo, dove fiducia e affidabilità sono asset vitali, la vera innovazione sarà quella capace non solo di sfruttare l'AI, ma anche di proteggere il sistema dalle sue applicazioni fallaci.

Cyberattacchi in rapida crescita nelle assicurazioni europee

Anno	% Assicurazioni con applicazioni AI	n. attacchi cyber	Crescita attacchi cyber (Y/Y)
2023	55%	1.500	-
2024	75%	2.500	+67%
2025	90%	3.700 (stima)	+48%

Fonte: Elaborazione Excellence Consulting su dati Fitch Ratings (febbraio 2025) e Milliman Barometer on GenAI Adoption – European Insurance, marzo 2025

Mario Calcagnini, partner di Excellence Consulting
Maurizio Primanni, ceo di Excellence Consulting

MERCATO

Made in Italy, la finanza utile all'internazionalizzazione

Se n'è parlato in un evento in Regione Lombardia, durante il quale è stato presentato un bando dedicato alle imprese

Il made in Italy resiste in questi tempi difficili, in cui gli squilibri sui mercati finanziari e le guerre commerciali alimentano l'incertezza nel futuro. L'export italiano vuole proporsi come modello di eccellenza e sostenibilità: "le piccole imprese italiane, spesso a conduzione familiare, sono il modello vincente che ha permesso al nostro paese di superare in percentuale tedeschi e francesi per esportazioni. Gli italiani si sanno adattare meglio di altri ai periodi di volatilità". A sostenerlo è **Massimo Lucidi**, presidente della fondazione **E-novation**, che ha animato ieri un convegno in Regione Lombardia dedicato a innovazione e finanza. La fondazione, tra le altre cose, organizza il Premio Eccellenza Italiana dedicato al merito e al talento imprenditoriale degli italiani nel mondo. L'evento è stata anche l'occasione per presentare un bando della regione che, con un plafond di 19 milioni di euro, finanzierà l'internazionalizzazione delle imprese lombarde.

Tanti relatori e gli ospiti del mondo della consulenza finan-

ziaria e del credito per approfondire le strategie migliori per esportare il made in Italy. "Noi pensiamo che la ricchezza – ha detto Lucidi – non si produca con l'euforia della finanza fine a sé stessa". La finanza, è emerso durante l'evento, deve premiare i progetti innovativi mettendo insieme impresa e territorio. "L'imprenditore – ha continuato – dev'essere un innovatore, capace di mettere al centro etica e bene comune, responsabilità, sostenibilità e crescita".

Quando si parla di internazionalizzazione occorre, però, evitare l'improvvisazione, come ha raccontato **Flavio Mazzalatti**, presidente del **Club degli Amici del Made in Italy**, ricordando che "il brand made in Italy è il terzo più conosciuto al mondo dopo **Coca Cola** e **Visa**, ed è un prodotto immateriale. Dobbiamo continuare a sostenere l'imprenditoria, sostenere chi lavora sul campo", ha concluso.

Fabrizio Aurilia



INSURANCE ADVISOR
Piattaforma di analisi dei rischi

QUI LA TUA DEMO GRATUITA!

VINCI
DISTINGUITI
GUADAGNA

IL TUO BIGLIETTO DA VISITA
PER FARE LA DIFFERENZA

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



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2025

12 GIUGNO 2025 | 09:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio, 19 – Milano

OPENING SESSION

L'INNOVAZIONE NELLA CATENA INDUSTRIALE: MODELLI DI BUSINESS, TECNOLOGIA, SOLUZIONI ASSICURATIVE INTEGRATE E OMNICHANNEL

Le spinte normative, a partire dall'assicurazione obbligatoria per le aziende in tema di catastrofi naturali, e le esigenze del mercato trainate dalle carenze del welfare nel nostro paese, sono le principali direttive su cui si articola la proposition del settore assicurativo per i prossimi mesi. Ma sono solo alcuni dei driver che vedono impegnati i protagonisti dell'assicurazione nel potenziamento della catena industriale, dei modelli di business, di offerta e di servizio. Tra le leve centrali dello scenario competitivo spiccano le strategie basate sulla valorizzazione dei dati e sull'utilizzo di tecnologie evolute: un patrimonio da calibrare ai fini della mitigazione dei rischi e del rigore tecnico, a cui aggiungere il valore dell'efficienza, della componente di servizio nella relazione con il cliente, cittadini e aziende, ai quali rivolgere un'offerta capace di coniugare competenze e qualità.

Moderata: Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Trade e Insurance Review

09:00 - 09:30	● REGISTRAZIONE
09:30 - 10:10	● TAVOLA ROTONDA – L'ASSICURAZIONE TRA OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO, RISCHI EMERGENTI E NUOVO WELFARE <ul style="list-style-type: none"> - Alessandro Bugli, componente del centro studi e ricerche Itinerari Previdenziali - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Massimo Michaud, presidente di Cineas - Flavio Sestilli, presidente di Aiba
10:10 - 10:30	● STRATEGIE E MODELLI PER L'EVOLUZIONE DEL SETTORE ASSICURATIVO <ul style="list-style-type: none"> - Andrea Battista, ceo di Net Insurance - Davide Passero, ceo di Alleanza Assicurazioni
10:30 - 10:50	● ECOSISTEMA SALUTE, TRA TECNOLOGIA E SERVIZI INTEGRATI <ul style="list-style-type: none"> - Marco Mazzucco, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore Vita & Welfare di Reale Mutua Assicurazioni
10:50 - 11:10	● SOLUZIONI PER IL BUSINESS AI DRIVEN <ul style="list-style-type: none"> - Intervento a cura di Assist Digital
11:10 - 11:30	● COFFEE BREAK
11:30 - 11:50	● INTELLIGENZA AUMENTATA E PREDITTIVITÀ NELLA GESTIONE SINISTRI AL SERVIZIO DEL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
11:50 - 13:00	● TAVOLA ROTONDA – L'INNOVAZIONE NELLA CATENA INDUSTRIALE ASSICURATIVA <ul style="list-style-type: none"> - Marco Amendolagine, head of product management, Europe & Apac di Cambridge Mobile Telematics - Enkeleida Bitri, responsabile studi, data office e mercati internazionali di Intesa Sanpaolo Assicurazioni - Emanuele Costa, partner & director di Boston Consulting Group - Matteo Generali, responsabile Digital Operations & Technology Services di Generali Italia - Francesco Maldari, head of technology & payment solutions and services di Unipol, ad di UnipolPay e ad di UnipolTech - Massimiliano Mascoli, head of insurtech, business execution & international business di Sara Assicurazioni - Nicola Soresina, chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub - Zurich
13:00 - 14:00	● LUNCH

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



SESSIONE TEMATICA DATI, DIGITAL E AI

14:00 - 15:30

- Tecnologie per la valorizzazione, l'integrazione e la valutazione dei dati da applicare trasversalmente alle diverse aree aziendali; sistemi evoluti per accelerare le potenzialità della digitalizzazione a favore dell'operatività, dell'efficienza e della formulazione/distribuzione di prodotti; applicazione dei sistemi di intelligenza artificiale e genAI; ottimizzazione delle performance e delle possibilità di creare economie di scala per le compagnie. Sono molte le sfide da affrontare per sviluppare innovazione in un settore in cui il rapporto tra tecnologia e business, in tutta la filiera industriale, è sempre più stretto.

14:00 - 14:20 – NUOVI MODELLI TECNOLOGICI DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA

- Vito Rocca, co-founder and chair di D4X

14:20 - 15:30 – TAVOLA ROTONDA – IT: SFIDE E OPPORTUNITÀ PER DISTINGUERSI SUL MERCATO

- Andrea Amadei, responsabile area operations e sistemi informativi di Intesa Sanpaolo Assicurazioni
- Mario Bocca, chief information officer di Unipol Assicurazioni
- Pasquale La Forgia, applicativi sinistri del gruppo Itas
- Francesco Mastrandrea, chief information officer di Groupama Assicurazioni
- Luigi Vassallo, direttore innovazione tecnologica e processi di Sara Assicurazioni

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

15:30 - 17:00

- Imprenditori, competenti, digitalizzati e vicini alle esigenze del cliente. La fisionomia dell'intermediario continua a evolvere su presupposti qualitativi e operativi da mettere in campo per cogliere tutte le opportunità di vendita in ambiti strategici come il property e la salute. Tecnologia, offerta e formazione diventano i valori competitivi su cui compagnie e reti di vendita agiscono per rinnovare gli elementi di conoscenza (nei rami danni e vita), efficienza e qualità del servizio. E distinguersi così nella relazione con il cliente e verso la proposizione di soluzioni assicurative per cittadini, famiglie e aziende.

15:30 - 15:50 – PROGETTUALITÀ E TECNOLOGIE PER L'ECCellenZA NELLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

- Stefano Sardara, head of Southern Europe di Acrisure

15:50 - 17:00 – TAVOLA ROTONDA – LE ATTIVITÀ DI VENDITA DEL FUTURO, TRA RISULTATI RAGGIUNTI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO

- Ennio Busetto, presidente del gruppo agenti Allianz
- Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Enzo Sivori, presidente di Aua
- Enrico Ulivieri, presidente del gruppo agenti Zurich
- Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2025

12 GIUGNO 2025 | 9:00 - 17:00

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



[ISCRIVITI AL CONVEGNO](#)

[SCARICA IL PROGRAMMA](#)

SESSIONE TEMATICA

GESTIONE SINISTRI PROPERTY

14:00 - 15:30

- L'introduzione per le aziende della legge di assicurazione obbligatoria per le catastrofi naturali rappresenta un punto di svolta nelle strategie del settore assicurativo: la spinta normativa porta le compagnie e tutti gli attori della filiera liquidativa al centro di una profonda revisione dei modelli operativi e di servizio. Ripensare il modello di property claims journey significa saper intervenire sul valore dei dati, sull'efficienza, sulla customer centricity e sulla capacità di contenimento dei costi.

14:00 - 14:20 – CAT- NAT, DATI E TECNOLOGIA: COME CAMBIA LA GESTIONE DEI SINISTRI PROPERTY

- Vito Pagliaccio, partner di Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14:20 - 14:40 – L'IMPORTANZA DELLE ATTIVITÀ DI RIPRISTINO

- Attilio Agostini, amministratore delegato di Benpower

14:40 - 15:30 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER LA LIQUIDAZIONE DEI SINISTRI PROPERTY, TRA PROBLEMATICHE E OPPORTUNITÀ

Modera: Giorgia Assouad, senior manager di Mbs Consulting (gruppo Cerved)

- Omar El Idrissi, head of property claims di Unipol Assicurazioni
- Laura Gargasole, direttore sinistri di Helvetia Assicurazioni
- Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni
- Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia
- Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni
- Marco Valle, consigliere di Aipai e vice presidente area periti di Cineas

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica

SESSIONE TEMATICA

DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE

15:30 - 17:00

- Uno dei pilastri della trasformazione dell'industria assicurativa è la capacità del settore di coinvolgere e interagire con il cliente, offrendo, in un'ottica di omnicanalità e anche di più ecosistemi di offerta, un'esperienza basata sull'efficienza, la rapidità di risposta e la vicinanza a esigenze diversificate. Strategie e tecnologie (intelligenza artificiale e genAI) per coniugare la necessaria valorizzazione dei dati con la personalizzazione e l'integrazione dei servizi.

15:30 - 15:50 – CUSTOMER CENTRICITY, AGILITÀ DI CONTATTO NELL'ECOSISTEMA ASSICURATIVO

15:50 - 17:00 – TAVOLA ROTONDA – LA COSTRUZIONE DI UN MODELLO DI RELAZIONE COMPETITIVO E VINCENTE

Modera: Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Marco Brachini, direttore marketing brand e customer relationship di Sara Assicurazioni
- Fabio Cascio, chief marketing officer di Groupama Assicurazioni
- Paolo Crivello, responsabile customer experience e relationship manager di Reale Mutua
- Alessandra Gregori, head of web and social di Axa Italia
- Veruska Luciano, direttore clienti di Verti
- Pamela Negosanti, sales director di Bsi
- Annalisa Verroia, responsabile digital experience e service level management di InSalute Servizi
- Credem *



Official sponsor



* Invitato a partecipare

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA