

PRIMO PIANO

Ania, l'audizione di Liverani

“Abbiamo preso atto che anche quest'anno si è riproposta l'esigenza di un nostro contributo, finalizzato a rafforzare le iniziative della finanza pubblica, e abbiamo deciso responsabilmente di non tirarci indietro, a condizione che la richiesta sia proporzionata, equa e ragionevole”. Si è aperta così l'audizione che Giovanni Liverani, presidente dell'Ania, ha tenuto ieri in Parlamento nell'ambito della discussione sulla legge di Bilancio. “Il nostro contributo straordinario previsto nell'orizzonte temporale della legge di Bilancio 2026 – ha aggiunto – è stimabile in 2,2 miliardi di euro, di cui 600-700 milioni di euro da eccedenze derivanti da misure pregresse”. Liverani ha quindi analizzato le misure che potranno avere un impatto diretto sui conti delle assicurazioni. Al primo posto si piazza senza dubbio l'innalzamento di due punti percentuali dell'aliquota nominale Irap, che nel triennio 2026-2028 dovrebbe passare al 7,9% e finire per toccare, considerando gli aumenti regionali, la soglia del 9%. Liverani, evidenziando che “il settore sconta già un prelievo ben più elevato rispetto all'aliquota ordinaria”, ha auspicato che l'orizzonte temporale della misura possa essere ridotto e che, alla fine del periodo, l'aliquota per le compagnie di assicurazione torni a “essere analoga a quella di altri settori merceologici”. In merito alla revisione delle detrazioni, Liverani ha rilevato che “ridurre gli incentivi fiscali per la sottoscrizione di queste coperture in un paese già largamente sotto-assicurato è a nostro avviso l'esatto contrario di ciò che si dovrebbe fare”.

Per la news completa [clicca qui](#).

G.C.

EVENTI

Rc auto, una riflessione su un cantiere aperto

Oltre 150 persone hanno assistito ieri, all'Hotel Meliá di Milano, al tradizionale convegno di Insurance Connect sul mercato assicurativo della mobilità. Tanti manager, esperti e rappresentanti delle istituzioni, in una giornata moderata dal direttore Maria Rosa Alaggio, a confronto sui molti nodi da sciogliere per il settore: l'innovazione tecnologica, la transizione verde, l'evoluzione normativa e la sostenibilità di business

Il mercato dell'Rc auto si conferma in continua evoluzione. Sullo sfondo di quello che potrà riservare e offrire l'intelligenza artificiale, nel bel mezzo della transizione verso una mobilità verde e sostenibile, si sono riaperti anche i cantieri per una possibile riforma di un settore fondamentale per il business di compagnie, agenti e broker. In un simile contesto, è difficile prevedere come potrà evolvere il mercato. C'è chi, rispolverando le riflessioni fatte quando esplose il fenomeno del car sharing, prospetta uno scenario in cui non si assicurerà più il veicolo, ma il guidatore. E altri che, in un futuro nemmeno troppo lontano, prevedono uno slittamento del tradizionale paradigma dell'assicurazione nella mobilità: non più la responsabilità civile del cliente, ma una copertura destinata ai produttori di auto in grado di guidarsi da sole. Nel settore, caratterizzato anche da tutti i dubbi che potranno arrivare dall'applicazione della tabella unica nazionale sulle macrolesioni e dall'arbitro assicurativo, domina l'incertezza. Però intanto bisogna mandare avanti il business e far quadrare il bilancio. E allora serve una riflessione approfondita su quello che compagnie e intermediari possono fare già oggi per rispondere a una clientela che evolve in maniera sempre più rapida. Proprio quello che si è proposto di fare l'ultimo convegno di **Insurance Connect** sull'Rc auto.

Di scena ieri all'Hotel Meliá di Milano, interamente moderato dal direttore **Maria Rosa Alaggio**, l'evento ha offerto come ogni anno un'occasione unica di approfondimento, analisi, dibattito e confronto sul grande tema dell'Rc auto. Di fronte a una platea di oltre 150 spettatori, un nutrito panel di esperti, accademici, manager ed esponenti delle istituzioni hanno indagato l'evoluzione dell'attuale scenario di mercato e cercato di gettare uno sguardo verso ciò che potrà riservare il prossimo futuro. Il tutto con la consapevolezza che, in quel laboratorio permanente di innovazione che è l'Rc auto, le cose continueranno a cambiare rapidamente.



© Insurance Connect

GLI SCENARI DI INNOVAZIONE

Intitolato Rc auto: come cambiano qualità, tutela del cliente e rigore tecnico, il convegno si è aperto con una suggestiva riflessione di **Matteo Carbone**, fondatore e direttore dell'**IoT Insurance Observatory**, su quelli che potrebbero essere gli scenari di innovazione per il mercato delle polizze auto nel prossimo futuro. Punto di partenza dell'intervento è stata la constatazione che, nonostante tutti i necrologi vergati negli ultimi anni, il mercato è vivo e vegeto. Anzi, cresce e si evolve, rendendo di fatto del tutto normale che, per esempio, la polizza sia emessa oggi tramite app o che alla copertura siano associati servizi come l'assistenza al volante o l'offerta di consigli e indicazioni per assumere uno stile di guida più virtuoso.

Molto, tuttavia, è destinato a cambiare ulteriormente. Focalizzandosi su alcuni use case provenienti da mercati esteri, Carbone ha mostrato come l'integrazione di nuovi dati o strumenti, a partire da una dashcam, può già oggi contribuire a diminuire il loss ratio e, di conseguenza, migliorare la tenuta di business delle compagnie. Il mercato è pronto a cogliere simili novità: stando ai risultati di una survey condotta dall'osservatorio, i clienti si sono detti disponibili a pagare un premio aggiuntivo per ricevere ulteriori servizi al volante e benefici sulle polizze auto che sottoscrivono. In Italia, come ha osservato Carbone, il contributo delle nuove tecnologie è stato finora confinato alla gestione sinistri e al contenimento dei costi. Adesso sta alle compagnie riuscire a strutturare un'offerta in grado cogliere tutte queste opportunità.

LE PROSPETTIVE DELLA MOBILITÀ

L'introduzione di Matteo Carbone ha fornito la base ideale per analizzare le prospettive future della mobilità in una tavola rotonda che ha visto la partecipazione di **Giuseppe Barbatì**, deputy chairman and managing director di **Acrisure Italia**, **Simone Buongiardino**, presidente di **Confcommercio Mobilità** e **Federmotorizzazione**, **Filippo Della Casa**, chief innovation officer di **Unipol Assicurazioni** e amministratore delegato di **Leithà**, e **Sergio Savaresi**, direttore del dipartimento di elettronica, informazione e bioingegneria del **Politecnico di Milano**.

Dal confronto è emerso innanzitutto come l'automobile resterà un elemento fondamentale nell'ecosistema di mobilità in Italia. Cambieranno però i modelli di possesso e utilizzo del veicolo, in uno scenario che magari, chissà, in un prossimo futuro, vedrà le classiche vetture di proprietà sostituite da flotte di auto condivise e in grado di guidarsi da sole. Difficile dire se la società sia già pronta a un cambiamento di questo genere. Però intanto compagnie e intermediari sono al lavoro per adattare la propria offerta a un mercato in cui, tanto per citare un caso, il noleggio di veicoli a lungo termine è già oggi una realtà. Molto ci si attende dal contributo che potrà arrivare dalle nuove tecnologie per rispondere alla domanda di mercato. I periodi di transizione da sempre sono quelli più difficili da gestire. Però sono anche quelli più entusiasmanti per chi decide di rendere il cambiamento una leva strategica di business.

DATI PER LA GESTIONE DEL RISCHIO

Un aspetto fondamentale dell'uso dei dati è la possibilità per le compagnie di misurare i propri rischi e di intervenire in maniera preventiva per contenerli, migliorando la performance. Il tema è stato alla base dell'intervento di **Filippo Sirotti**, senior director - offering development di **Crif**, che ha ricordato come il mercato della Rc auto sia teso e competitivo, con margini ridotti: lo scorso anno solo una compagnia italiana su tre ha avuto un combined ratio inferiore a 100 (11 imprese, media 96) e 24 compagnie superiore a 100 (media 109), per una media complessiva di mercato pari a 100,2%.

In un contesto con pochi margini di errore, ha suggerito Sirotti, il rigore tecnico è fondamentale e può essere sostenuto dall'analisi dei dati con finalità predittiva. In questo senso, Crif propone una serie di soluzioni, a partire dalla valutazione della propensione al rischio dei clienti fino alla possibilità di definire il profilo di rischio dell'assicurato attraverso l'analisi della zona di residenza e, nel caso delle imprese, del loro score Esg.



LA COLLABORAZIONE FRA DIVERSE FUNZIONI

La successiva tavola rotonda ha mostrato come funziona la collaborazione tra due aree molto diverse di una stessa azienda che perseguono gli stessi obiettivi. Il confronto è avvenuto in seno a **Sara Assicurazioni** tra **Marco Brachini**, direttore marketing, brand and customer experience, e **Francesca Di Paola**, direttore attuariato, ed è stato dedicato in particolare alle tariffe e alla proposizione commerciale.

Il marketing partecipa sempre più attivamente rispetto al passato nella definizione delle linee strategiche delle compagnie: è la sede naturale in cui si sviluppano le aspettative e gli input provenienti dal mercato; all'attuariato spetta invece il compito di sostenere e validare queste idee. Il caso specifico di Sara Assicurazioni, citato quale risultato di questa virtuosa collaborazione tra le due aree della compagnia, è stato il prodotto pay per use sulla mobilità, che attraverso i dati provenienti dalle black box installate sulle vetture riesce a definire una tariffa che può variare in base al comportamento alla guida del conducente.

I NODI DA SCIOGLIERE DELL'RC AUTO

Un'interessante disamina tecnico-legale sui tutti nodi da sciogliere nell'Rc auto, brillantemente esposta dall'avvocato **Maurizio Hazan**, partner dello studio **Thmr**. Moltissimi i temi affrontati, a partire dalla tabella unica nazionale (articolo 138 del Cap), su cui c'è un tema di applicazione relativamente alla retroattività. Hazan ha affrontato anche moltissimi altri aspetti: il danno patrimoniale tra principio indennitario e *compensatio lucri cum damno*, le potenzialità dell'arbitro assicurativo, la fase liquidativa e la prevenzione delle frodi (il ruolo degli accertamenti testimoniali quale elemento centrale su cui fondare la legittimità di una pretesa risarcitoria), l'uso probatorio dei dati acquisiti attraverso la scatola nera, la prevenzione delle frodi in fase assuntiva (Hazan ha citato il noto caso delle targhe polacche a Napoli), l'attesa riforma del bonus/malus e, infine, l'assicurazione delle flotte e dei mezzi di lavoro (muletti, carrelli) nei magazzini e nelle aree private.



© Insurance Connect



© Insurance Connect

L'IMPATTO DELLE NOVITÀ SUL MERCATO

Gli spunti offerti dall'avvocato sono stati ulteriormente discussi all'interno di una tavola rotonda in cui sono intervenuti **Umberto Guidoni**, co-dg di **Ania** (che ha parlato in un messaggio video), **Daniela D'Agostino**, chief property & casualty officer di **Unipol Assicurazioni**, **Massimiliano D'Alleva**, dirigente responsabile della direzione Fondo Strada e Caccia di **Consap**, e **Antonio De Pascalis**, capo del servizio studi e gestione dati di **Ivass**.

Guidoni è partito dall'ampia imposizione fiscale sull'Rca, che pesa per il 30% del premio, per poi auspicare una rivisitazione del bonus/malus, richiamando anche alla necessità di trovare modelli premianti per i comportamenti virtuosi, attraverso l'uso dei dati, anche in chiave antifrode. De Pascalis ha contestato alcune di queste affermazioni: in particolare sulla tassazione ha precisato che il contributo va suddiviso in un 16% di fiscalità, 2,5% per il Fondo vittime della strada e il 10,5% al Ssn. Anche sull'antifrode, il dirigente di Ivass si è detto contrario a un utilizzo discriminatorio dei dati in fase assuntiva, definendo questa prospettiva come di dubbia costituzionalità. D'Agostino ha ripercorso l'andamento del premio medio su cui ha impattato l'adeguamento delle tabelle, mentre sull'eventuale tassazione extra, ha spiegato che la misura non inciderebbe a livello di pricing, ma lo farebbe in termini di tariffa per l'utente. D'Alleva, infine, ha illustrato le nuove linee guida operative per la gestione dei sinistri che coinvolgono il terzo trasportato alla luce della sentenza n. 35318/2022 della Cassazione.

IL CONTRIBUTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'innovazione tecnologica è elemento pervasivo della mobilità attuale e futura e dei processi assicurativi correlati, che si affinano grazie alle potenzialità dell'intelligenza artificiale. **Marco Amendolagine**, head of product management, Europe & Apac di **Cambridge Mobile Telematics**, ha spiegato nel suo intervento come dati tecnici, intelligenza artificiale e automazione possono supportare l'attività del liquidatore, semplificando la gestione del sinistro e inducendo una riduzione dei costi nel processo. Cambridge Mobile Telematics opera con sistemi di AI dal 2010, un'esperienza consolidata che ha



© Insurance Connect

portato quest'anno allo sviluppo del *Telematics foundation model*, un modello per il linguaggio naturale dedicato ai *sensor data* che è in grado di associare situazioni o affermazioni provenienti dallo stesso contesto anche se di origine e semantica diversa. Questa capacità permette di semplificare il coinvolgimento del cliente nella denuncia di un sinistro, raccogliere più informazioni utili alla ricostruzione e ridurre i tempi dell'intero processo di liquidazione.

L'ANTIFRODE RIGUARDA TUTTI

L'evoluzione del contenzioso e il controllo delle attività antifrode è stato l'oggetto del successivo confronto in cui sono intervenuti **Gianmarco di Campi**, amministratore unico di **Claim Expert**, **Lorenzo Fiori**, responsabile antifrode di gruppo di **Reale Mutua**, **Riccardo Gili**, head of claims anti fraud, international, innovation and insurance procurement di **Axa Italia**, e **Giovanni Pascone**, dirigente responsabile servizio Card e antifrode dell'**Ania**.

Secondo gli ultimi dati dell'**Ivass**, nel 2024 le frodi in Italia hanno pesato per 982 milioni di euro, e per le imprese che devono portare avanti la redditività, il dover corrispondere risarcimenti non dovuti è un aspetto importante che ricade su tutti gli assicurati. Le tecniche di raggirio, del resto, diventano sempre più sofisticate: l'AI infatti è uno strumento a disposizione di tutti, anche dei frodatori, i quali riescono ad alterare documenti (ad esempio i referti medici) in maniera molto precisa. Ecco perché, è stato ribadito, i sistemi antifrode delle compagnie non possono essere relegati a un singolo ambito, ma devono coinvolgere tutta l'azienda come in un ecosistema.

IL LABORATORIO DELLA GESTIONE SINISTRI

L'evento, come vuole la tradizione, si è concluso con una nutrita tavola rotonda sul grande tema della gestione sinistri. Tanti i manager che sono saliti sul palco del convegno per illustrare alla platea dell'evento le strategie adottate per rinnovare, snellire e migliorare quello che è da sempre il banco di prova per eccellenza per il mercato assicurativo: **Massimiliano Caradonna**, senior vice president di **Dekra Group**; **Daniele Ferraro**, responsabile del servizio sinistri di



© Insurance Connect

Bene Assicurazioni; **Michele Grilli**, direttore sinistri Rc auto di **Sara Assicurazioni**; **Ivan Parlato**, claims manager di **Vittoria Assicurazioni**; **Pierluigi Pellino**, head of motor and no motor claims di **Generali Italia**; **Ferdinando Scoa**, direttore sinistri e servizi del gruppo **Assimoco**; e **Massimo Toselli**, direttore sinistri di **Groupama Assicurazioni**.

Il dibattito ha fatto ben emergere come la gestione sinistri resti un formidabile laboratorio di innovazione per il settore dell'Rc auto e, più in generale, per l'intero mercato assicurativo: tutte le compagnie sono impegnate in test e sperimentazioni per sondare le potenzialità offerte dall'innovazione tecnologica e dall'adozione di nuovi modelli di business per il miglioramento del servizio al cliente e per il contenimento dei costi operativi. Sullo sfondo dei dubbi generati dai nuovi barèmi e dall'arbitro assicurativo, emerge l'immagine di un settore che è pronto a cogliere la sfida del mercato e sfruttare le nuove tecnologie per garantire un servizio che sia in linea con le aspettative del cliente e, allo stesso tempo, salvaguardare la sostenibilità di un business che resta fondamentale per le compagnie assicurative.

Insurance Connect desidera ringraziare gli sponsor per il contributo offerto alla realizzazione dell'evento: **Acrisure Italia**, **Cambridge Mobile Telematics**, **Claim Expert**, **Crif** e **Dekra**.

Tutti i video del convegno saranno presto disponibili su www.insuranceconnect.tv, la web tv di Insurance Connect. Il resoconto complessivo dell'evento sarà pubblicato sul prossimo numero di *Insurance Review*.

Giacomo Corvi
Maria Moro
e **Beniamino Musto**

COMPAGNIE

Salute, Vitality e Google si alleano

I due player uniscono le forze per offrire in ambito sanitario soluzioni basate sull'intelligenza artificiale a milioni di persone

Vitality, tra le principali compagnie assicurative del Regno Unito (presente in oltre 40 mercati), specializzata in assicurazioni sanitarie e sulla vita, ha annunciato di aver sottoscritto una partnership con **Google Cloud**. Da questa collaborazione è nata **Vitality AI**, una piattaforma che unisce i dati comportamentali e sanitari di Vitality con la potenza dei modelli AI di Google (**Vertex AI** e **Gemini**).

L'annuncio apre la strada a un futuro in cui l'intelligenza artificiale può essere utilizzata non solo per il monitoraggio della salute, ma anche per consigli raccomandazioni mirate e personalizzate per ogni individuo (dal sonno all'attività fisica, fino alla prevenzione).

Nell'ambito della partnership, gli strumenti di intelligenza artificiale di Google saranno applicati alla vasta gamma di dati relativi alla salute e allo stile di vita raccolti da Vitality, con l'obiettivo di fornire una comprensione più accurata dei fattori che influenzano la salute e la durata della vita di un individuo (ad esempio scelte di stile di vita come attività fisica, sonno, screening e coaching per il benessere). In questo modo, spiega una nota, "i clienti di Vitality riceveranno informazioni personalizzate e fruibili, tarate sulle caratteristiche individuali relative alla salute, allo stile di vita e ai fattori di rischio specifici di ciascun individuo, per aiutare a ridurre le malattie e prolungare gli anni di vita in buona salute".

Per fornire queste informazioni personalizzate e su misura ai clienti, la piattaforma AI di Vitality utilizzerà la piattaforma **Vertex AI** di Google Cloud e i modelli **Gemini**, integrandoli con l'ampio set di dati di Vitality relativi alla salute e allo stile di vita. Il set di dati anonimizzati di Vitality comprende oltre 2.800 dimensioni, quali comportamenti legati allo stile di vita, dati sanitari, rischio clinico e propensione agli incentivi che determinano un cambiamento comportamentale.

Aumentare l'aspettativa di vita e ridurre i costi sanitari

Gli obiettivi di questa partnership sono aumentare l'aspettativa di vita e ridurre i costi sanitari associati. Utilizzando insight su dati sanitari su larga scala e consentendo alle persone di agire sulla base di tali informazioni, la partner-

ship mira a incrementare il coinvolgimento dei clienti, ridurre i costi operativi e migliorare i loss ratio.

Secondo **Adrian Gore**, fondatore e amministratore delegato di **Discovery Group**, i sistemi sanitari e il mercato assicurativo nel suo complesso "continuano a concentrarsi sulla cura delle malattie quando queste si manifestano. La nostra partnership con Google

– sottolinea – trasforma questo approccio. Unendo la tecnologia e le capacità di intelligenza artificiale di Google con i nostri set di dati unici e la nostra comprensione dei cambiamenti comportamentali, avremo una capacità e una comprensione senza precedenti della salute di una persona, che si uniranno in modo da personalizzare e consentire a milioni di persone di assumere un ruolo attivo nella gestione della propria salute. Si tratta di una trasformazione sia per l'individuo che per il mercato assicurativo nel suo complesso".

Per **Maureen Costello**, vice president, **UI, Ireland and Sub-Saharan Africa** di Google Cloud, il potenziale dell'AI nel settore sanitario è enorme, "dall'accelerazione del progresso scientifico al miglioramento della diagnosi precoce delle malattie, dall'ottimizzazione della pianificazione dei trattamenti al supporto più efficace agli operatori sanitari, fino alla diffusione di strumenti e informazioni adeguati per una vita più sana. Integrando le funzionalità avanzate di AI di Google Cloud, compresi i modelli **Gemini**, con i dati e le conoscenze di Vitality dei fattori che favoriscono abitudini di vita più sane, questa partnership rappresenta un'entusiasmante opportunità per fornire assistenza sanitaria altamente personalizzata su larga scala".



B.M.

INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

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

T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

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