

Bene Assicurazioni, adottare l'IA con un approccio sperimentale e concreto

Con automazione e digitalizzazione come colonne portanti, Bene Assicurazioni si distingue come compagnia nativa digitale. Guidata dal pragmatismo e dall'efficienza, la società adotta l'IA per applicazioni concrete, evitando lo storytelling forzato e puntando a una trasformazione reale.

di ANDREA TURCO

Se c'è una compagnia che ha la tecnologia nel proprio Dna, questa è Bene Assicurazioni. Nata otto anni fa e guidata da Andrea Sabia, la società si auto definisce digital company. E non potrebbe essere altrimenti. Automazione e digitalizzazione sono infatti due delle colonne portanti del Gruppo. L'intelligenza artificiale è un altro asset da sfruttare per garantire alla compagnia efficacia operativa e commerciale. Per farlo adotta una "metodologia pragmatica e sperimentale che consenta di trovare concreti spazi di applicazione, senza cedere al forzato storytelling dell'adozione dell'AI" come spiega in questa intervista **Alberto Dominici, COO di Bene Assicurazioni.**

Bene Assicurazioni ha fatto dell'automazione e della digitalizzazione i suoi punti di forza. Da che base siete partiti e dove siete arrivati oggi?

In Bene Assicurazioni automazione e digitalizzazione sono aspetti fondativi, siamo nati per fare delle nuove tecnologie un asset di trasformazione e innovazione. Ci definiamo una digital company, una Compagnia nativa digitale.

Abbiamo costituito la Compagnia nel 2016, il che è stata una sfida e un'opportunità. Da un lato abbiamo affrontato le difficoltà di avviare un'azienda da zero, dall'altro è stato possibile costruire l'architettura applicativa di Gruppo, con le tecnologie digitali che permettessero la più ampia automazione per evitare le "sacche di inefficienza" tipiche di realtà strutturate, per le quali la trasformazione digitale è più un percorso obbligato che una scelta strategica di dotarsi di un modello operativo in cui la tecnologia è fattore abilitante di crescita e sviluppo.

Con la crescita dimensionale e l'articolazione organizzativa, inefficienze si sommano a manualità, creando ridondanze e colli di bottiglia che nel tempo rischiano di congestionare l'intera organizzazione; è il "colesterolo organizzativo".

In Bene favoriamo, a ogni livello, la "fame di efficienza", ossia la pervasiva determinazione a lavorare in modo snello, agile, integrato con il massimo impiego di tecnologie e il minimo ricorso a manualità.



ALBERTO DOMINICI

L'elevata digitalizzazione e automazione non si limita a raggiungere obiettivi di efficienza operativa ma, bensì, abilita l'efficacia commerciale.

Da un lato, infatti, la digitalizzazione spinta delle operations consente agilità ed economie, focalizzando le risorse su attività a valore e progettualità innovative, in cui il professionista, liberato da incombenze di mansioni ripetitive, esprime esperienza e competenza. A oggi abbiamo già attivato circa 80 processi in automazione robotizzata. Possiamo dire che abbiamo circa 10 bot-colleghi aggiuntivi in azienda.

Dall'altro, sul fronte esterno, la snellezza operativa ha reso Bene attrattiva per quei soggetti, intermediari e altri partner commerciali, alla ricerca di una realtà con forte sensibilità ai temi di usabilità e semplicità delle tecnologie, elevata flessibilità nelle modalità di integrazione e con elevato *time to market* nella loro realizzazione.

Quali sono le principali sfide che le compagnie assicurative devono affrontare per colmare il divario di competenze digitali e tecnologiche?

È opportuno fare alcune precisazioni per non generalizzare. Se confrontiamo il settore assicurativo con altri settori industriali, il divario nell'adozione di tecnologie digitali è netto; se parliamo di un confronto tra imprese assicurative in Italia e all'estero, a mio avviso, il gap non è così rilevante, anzi.

Nel nostro settore occorre distinguere tra le imprese cosiddette "incumbent" e nuove realtà emergenti, poiché queste ultime hanno potuto svilupparsi basandosi sulle nuove tecnologie (come abbiamo fatto in Bene), mentre le prime hanno dovuto avviare ingenti programmi di transizione.

Proprio queste transizioni verso il digitale costituiscono la maggiore sfida per chi le deve intraprendere.

Le insidie risiedono principalmente: negli elevati investimenti necessari; nel rispetto di tempistiche e budget dei piani pluriennali; nell'attrarre risorse con competenze adeguate (tema che riguarda tutti, dato l'attuale shortage di profili STEM) senza svilire le professionalità esistenti e senza cadere nella miope tentazione di demandare la propulsione innovativa a soggetti esterni non capitalizzando internamente; nella necessità di garantire continuità al business, limitando i disagi della transizione e infine nella gestione del cambiamento e trasformazione degli "end user".

Non esiste solo un divario tra le "incumbent" e le "new comers". Anche tra le emergenti, la sfida consiste nel saper superare il narcisismo tecnologico per raggiungere lo stadio di industrializzazione e il break-even economico, dimostrando la capacità di realizzare un progetto solido e profittevole; fortunatamente Bene è tra queste, essendo noi da sempre convinti che la tecnologia è "il come" e non "il cosa".

Si parla tanto ultimamente di intelligenza artificiale. Bene Assicurazioni in che modo la sta sfruttando?

Indubbiamente le potenzialità sono davvero vaste: dall'automazione di attività, alla capacità di analisi e sintesi di grandi volumi di dati a supporto dei processi decisionali, dalla capacità di modellizzazione predittiva, fino allo sviluppo di servizi per utilizzatori e clienti finali.

Per noi l'approccio all'adozione della IA deve essere di tipo strumentale affinché sia di concreto impatto, attraverso una metodologia pragmatica e sperimentale che consenta di trovare concreti spazi di applicazione, senza cedere al forzato storytelling dell'"adozione dell'IA".

In diversi ambiti stiamo sfruttando modelli LLM, tecniche di NLP e le nuove tecnologie generative per derivare sintesi e informazioni significative da dati e documenti in modo da automatizzare ulteriormente i flussi operativi, ma anche per innovare sul fronte

dell'usabilità e dell'immediatezza delle piattaforme applicative. Parimenti sfruttiamo le più "tradizionali" tecniche di machine learning in ambito underwriting e pricing per ottimizzare efficacia commerciale e marginalità tecnica.

Quali sono i principali ostacoli all'adozione dell'IA nel settore assicurativo italiano, considerando il livello di digitalizzazione del paese?

La primaria sfida è quella di fare la scelta giusta nel definire l'approccio strategico all'adozione di questa tecnologia, per non rischiare di investire grandi quantità di risorse con l'ansia di dover fare.

Parimenti occorre rimanere flessibili e pronti all'adattamento visto il gradiente di evoluzione di queste tecnologie; è fondamentale creare una diffusa cultura e consapevolezza a tutti i livelli aziendali, identificando i presidi e i centri di competenza che governano l'utilizzo dell'IA. Non si può prescindere, inoltre, dal fatto che, poiché questa tecnologia si alimenta di dati, la qualità di questi è fattore fondamentale per ottenere output affidabili. Bisogna, infatti, interpretare e guidare i risultati attraverso la conoscenza dei modelli per evitare che dati sporchi o con bias portino a conclusioni errate per la Compagnia e nei confronti degli assicurati.

Infine, è necessario porre massima attenzione ai temi di sicurezza informatica, protezione dei dati e di compliance nelle varie declinazioni a livello europeo, nazionale e di settore.

Insomma, in una battuta: "Attenzione! Maneggiare con molta cura e competenza".

Quali sono i vantaggi dell'utilizzo dell'IA generativa nella gestione dei sinistri e nella sottoscrizione delle polizze?

Si tratta dei due processi "core" che possono trarre grande giovamento.

La gestione sinistri, per sua natura, richiede l'interazione tra una pluralità di soggetti, per lo più esterni alla Compagnia, con molteplici modalità comunicative e con scambi informativi e documentali ricorrenti, complessi e destrutturati.

Questa eterogeneità deve essere per quanto possibile "normalizzata" e resa processabile.

Da qui il grande potenziale di applicazione dell'IA per supportare i liquidatori nell'interpretazione, integrazione e sintesi strutturata di un'ingente mole di dati, nello snellimento dei passaggi ripetitivi e standardizzabili, lasciando loro la gestione dei casi complessi, particolari o anomali per cui la cumulata esperienziale (e il "fiuto") sono imprescindibili.

Analogamente sul fronte underwriting le potenzialità della IA si evidenziano nell'automazione di routine procedurali, nell'evidenziazione di pattern nei dati su cui si basano le scelte tariffarie, nell'abilitare monitoraggi e analytics sempre più estesi, nel supportare processi decisionali (la cui responsabilità rimane "umana") e nella capacità di modellizzazione di soluzioni assicurative personalizzate, pur sempre basate sull'irrinunciabile principio di mutualità.

Insomma, siamo un'industria la cui materia prima sono i dati e la capacità di analizzarli e derivarne informazioni e decisioni è il nostro core business; ciò fa dell'assicurazione un ambito di elezione dell'IA, ma non dimentichiamo che reputazione e affidabilità sono asset altrettanto irrinunciabili, anche a fronte delle potenzialità di questa tecnologia.