

PRIMO PIANO

IE, nuovo vice presidente

Alexander Sarrigeorgiou è il nuovo vice presidente di Insurance Europe. Al vertice dal 2018 dell'associazione delle imprese assicurative greche, Sarrigeorgiou prende il posto dell'uscente Sandro Panizza, che ha lasciato l'incarico lo scorso ottobre, e resterà in carica fino al giugno del 2025. "Sono lieto di congratularmi con Alexander per la sua nomina: la sua significativa esperienza nel settore darà grande valore alla nostra attività nei prossimi anni", ha commentato Andreas Brandstetter, presidente di Insurance Europe. "Vorrei anche ringraziare Sandro – ha aggiunto – per la dedizione e il supporto offerto al nostro settore in questi anni come vice presidente dell'associazione".

Sarrigeorgiou è da 18 anni alla guida di Eurolife Ffh e, in passato, è stato ceo di Allianz Insurance in Grecia. "Sono onorato di essere stato eletto vice presidente di Insurance Europe", ha commentato. "Il nostro mondo sta affrontando molte sfide – ha proseguito – e gli assicuratori sono nella posizione ideale per sostenere il nostro tessuto sociale e produttivo nella veste di gestori del rischio e investitori di lungo periodo: non vedo l'ora di lavorare con i miei colleghi per rappresentare la nostra industria nel dibattito legislativo che definirà la nostra capacità di continuare a offrire il nostro importante contributo".

Giacomo Corvi

EVENTI

Una riflessione sull'innovazione data driven

Nel settore assicurativo è rapidamente cresciuto l'utilizzo delle tecnologie di elaborazione complessa delle informazioni. Insurance Skills Jam – Il Convivio Assicurativo ha portato e confronto casi di studio e tematiche emergenti, come i presupposti etici e la responsabilità

Si è svolto lo scorso 10 novembre a Milano, presso l'Auditorium Helvetia Assicurazioni, il convegno dal titolo – *La magia dell'algorithm - Come i dati trasformano il business assicurativo* –, organizzato da **Insurance Skills Jam – Il Convivio Assicurativo** con la media partnership di **Insurance Connect**.

Il confronto tra i relatori si è focalizzato sulle nuove frontiere data driven che caratterizzano l'innovazione nelle imprese di assicurazione, nelle quali l'utilizzo di modelli analitici e di intelligenza artificiale modifica sostanzialmente la valutazione dei rischi e la personalizzazione dell'offerta.

Dopo i saluti dell'amministratore delegato del **Gruppo Helvetia Italia, Roberto Lecciso**, e del presidente di Insurance Skills Jam – Il Convivio Assicurativo e vice dg di **Reale Mutua, Andrea Bertalot**, i lavori sono stati introdotti da **Mario Vatta**, membro del comitato tecnico scientifico dell'associazione, unitamente a **Sergio Stofa**, chairman della manifestazione.

Francesco Sgobio, partner di **Mbs Consulting – Gruppo Cerved**, ha evidenziato come nel settore assicurativo, da sempre basato su numeri e algoritmi, solo in tempi relativamente recenti alcuni fattori hanno creato le condizioni che hanno consentito l'adozione di un approccio maggiormente data driven. L'ampliamento degli ambiti di conoscenza e la crescente integrazione tra i dati consentono di sviluppare modelli predittivi caratterizzati da un maggiore livello di accuracy e più efficaci nel fornire insight di business. I potenziali impieghi degli *advanced analytics* vanno ben oltre l'ambito della profilazione del rischio e sono destinati a caratterizzare in misura sempre maggiore l'evoluzione dell'intero business model assicurativo. In un contesto caratterizzato da ampia disponibilità di dati, competenze e tool analitici, la parola chiave affinché si realizzi la magia dell'algorithm è integrazione.

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

Insurance Connect

(continua da pag. 1)

A seguire, **Pierpaolo Marano**, professore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e **University of Malta**, ha insistito sulle possibili criticità dei profili regolamentari europei che attualmente sovrintendono gli ecosistemi assicurativi, auspicandone una caratterizzazione transnazionale realmente in grado di assicurare una normativa a tutela di imprese e consumatori.

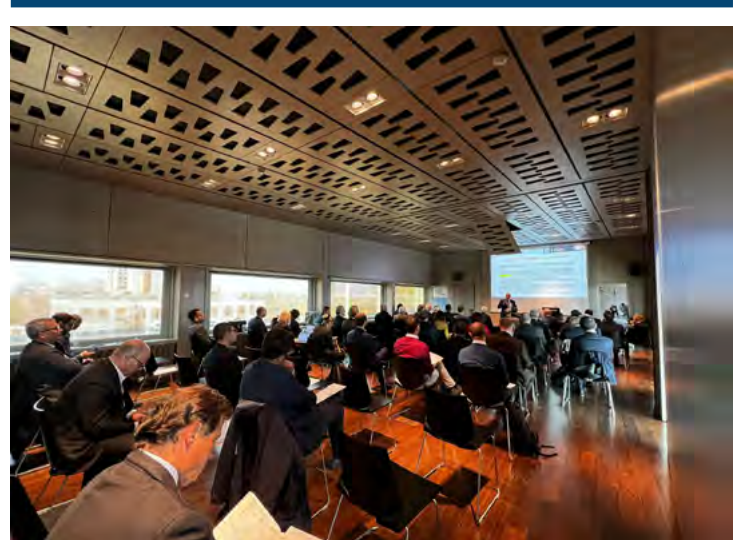
LA POTENZIALITÀ DI NUOVE FONTI E SISTEMI DI ANALISI

Il contributo di **Nino Savelli**, ordinario di teoria del rischio presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha approfondito l'impatto dei nuovi modelli analitici nella personalizzazione sempre più raffinata dell'*underwriting*, che tendendo verso una clusterizzazione quasi estrema nei processi di tariffazione (con l'adozione di molteplici variabili tariffarie) possono in qualche misura sbilanciare il necessario presupposto di mutualità assicurativa. Il ramo Rc Auto è stato tradizionalmente quello sul quale sono state maggiormente applicate tecniche di personalizzazione del premio.

La base dati per la personalizzazione del premio Rc auto è sempre stata derivata dalle osservazioni empiriche tratte dall'experience degli assicurati della compagnia, corredate dai dati di mercato per le start up o le piccole compagnie, anche se ormai l'incremento esponenziale dei dati disponibili per il pricing assicurativo ha aumentato a dismisura il numero di variabili da tenere in considerazione, che hanno reso obsoleto l'ormai superato modello bonus-malus.

Grande apporto in epoca più recente è stato fornito dalle nuove banche dati, ad esempio di natura economico-creditizia o banche dati desumibili dai *big social*, quali **Google** o **Twitter**, anche per le altre tipologie di rischio. Machine learning e data science applicate all'insurance utilizzano tecniche di statistica multivariata e di cluster analysis particolarmente evolute, avendo a disposizione una massa di dati che permette una parcellizzazione dei rischi mai vista prima, oppure *neural network* che sulla base della grande ricchezza dei dati possono innescare istruzioni di autoapprendimento sull'evoluzione del rischio sottostante. Di estrema utilità anche per rischi con elevata volatilità, come quelli relativi alla Rc medica per le strutture sanitarie.

(continua a pag. 3)



18:30 - 23:30
East End Studios
Via Mecenate, 88/A • Milano

Un grande evento presentato da
Giorgia Rossi, giornalista e conduttrice tv

Le premiazioni verranno trasmesse
in diretta su INSURANCE CONNECT TV



(continua da pag. 2)

In considerazione poi della pericolosità del ricorso a un'estrema automaticità, senza una vera comprensione sul funzionamento dei modelli (come quelli con utilizzo di reti neurali), sarà sempre più forte l'esigenza di una decisa e significativa presenza degli esperti quantitativi (statistici, attuari, quantitativi in genere), per scongiurare un pericoloso automatismo/meccanicità che possa far perdere il dominio dell'esperto sulla comprensione delle strategie aziendali di natura commerciale e di profittabilità considerate più opportune.

L'INNOVAZIONE TRA DISTRIBUZIONE E GESTIONE DEL RISCHIO

Nella tavola rotonda successiva, moderata da **Enea Dallaglio**, partner di Mbs Consulting – Gruppo Cerved, sono stati chiamati a partecipare **Matteo Cattaneo**, chief digital innovation officer di **Reale Group**, **Vittorio Corsano**, chief property & casualty officer del gruppo **Unipol**, **Massimo Fedeli**, direttore danni del Gruppo Helvetia Italia, e **Alessandro Fracassi**, ceo del gruppo **MutuiOnline**.

Di particolare interesse gli spunti di riflessione che sono emersi. Matteo Cattaneo ha testimoniato il modo con cui una compagnia quasi bicentenaria possa governare l'innovazione senza alcuna rinuncia ai propri principi fondanti di tutela dei soci assicurati e la relazione fra la propria figura di digital information officer rispetto al business model tradizionale. Vittorio Corsano ha descritto la scelta di porre la polizza al centro di ecosistemi esclusivamente proprietari, adottando un principio di omnicanalità distributiva che ripartisce le rispettive marginalità nei rapporti tra agenti e compagnia. Ha ricordato poi come uno dei più ricorrenti errori è trasporre nel digitale prodotti pensati e realizzati per la distribuzione tradizionale. Nel caso di **UnipolSai** la rete agenziale è stata chiamata a svolgere un ruolo attivo e fondamentale nell'implementazione delle nuove iniziative, quali ad esempio **UnipolRental** e **UnipolMove**, che sono state vissute positivamente anche per la loro remuneratività e allargamento dell'area di business e fidelizzazione del cliente. Massimo Fedeli ha ribadito come la digitalizzazione costituisca un efficace strumento al servizio dell'underwriting e della prevenzione, evidenziando che la vendita della polizza deve essere, per quanto possibile, la conseguenza di una efficace azione di risk management, per la quale le nuove tecnologie e supporti di

machine learning e data science dovranno essere di fondamentale sostegno, ma mai sostitutivi dell'indispensabile fattore umano. Alessandro Fracassi ha portato la testimonianza di una realtà nativa digitale nel 2020, una sorta di start up fintech ante litteram, operativa inizialmente nell'ambito della comparazione dei mutui e, in tempi successivi, delle tariffe assicurative attraverso il brand **Segugio.it** e molti altri che si sono succeduti nel tempo. Ciò ha consentito di maturare negli anni e in tutte le sue possibili declinazioni l'utilizzo massivo dei dati, che spesso, quando vengono raccolti, non lo sono in una logica pensata per il successivo riutilizzo intelligente.

SERVE RESPONSABILITÀ NEL GESTIRE LE POTENZIALITÀ DEI DATI

Nel successivo processo di l'utilizzo degli algoritmi, Fracassi ha ricordato come i sempre più frequenti cigni neri che si sono presentati negli ultimi anni ci abbiano insegnato limiti e cautele che debbono essere adottati nell'utilizzo massivo dei dati. Ha inoltre parlato dei nodi etico-sociali che il ricorso esasperato e sistematico agli algoritmi comporta, il cui impiego estremizzato, a partire da alcuni Paesi del Nord America e comunque economie evolute, è stato vietato o fortemente limitato. Contemporaneamente, si assiste a un comportamento adattativo da parte dei consumatori ed emerge l'esigenza di un progressivo ricambio generazionale del management, che tendenzialmente dovrebbe sempre in grado di gestire e non farsi gestire dai dati stessi.

Ribadendo inoltre come l'utilizzo dei dati debba essere continuamente dinamico per sfruttarne appieno la validità informativa, Fracassi ha poi ridimensionato i timori per la concorrenza da parte dei web gate keeper, inizialmente tentati di avventurarsi nel settore assicurativo, ma che poi hanno ridimensionato i loro piani di sviluppo perché, a conti fatti, la contrazione di ricavi derivante dalla principale attività di raccolta pubblicitaria quali data provider risulta in alcuni casi consistentemente compromessa.

Anche questa volta, con il workshop organizzato Insurance Skills Jam – Il Convivio Assicurativo ha acceso un faro sulla innovazione in tutti gli aspetti del business assicurativo, con l'approccio innovativo e multidisciplinare che ne ha costituito, nel tempo, un fattore distintivo. Si tratta di una linea forte e originale che Il Convivio Assicurativo, unitamente ai propri partner, intende proseguire sino a diventare un punto di riferimento per le famiglie professionali del settore, troppo spesso separate dalle culture di mestiere.

La qualità delle relazioni esposte e il contributo dei partecipanti alla round table conclusiva hanno rappresentato un'occasione di approfondimento e hanno suscitato l'apprezzamento dei numerosi invitati presenti, inducendo Il Convivio Assicurativo a ipotizzare la progettazione di eventuali ulteriori incontri collegati alle tematiche appena trattate e alle rispettive prevedibili evoluzioni, confermando quel principio di contaminazione delle competenze insito nella propria denominazione che sin dalla sua costituzione l'associazione ha inteso condividere con ogni operatore assicurativo.

