INSURZINE
WEEKLY
VENERDÌ 25 SETTEMBRE 2026 | N.185

# Dai dati alle decisioni: il nuovo ruolo dell'IA nelle assicurazioni

***Per molto tempo l'AI è rimasta confinata a chatbot conversazionali o automazioni puntuali, senza incidere davvero sui processi "core". Per generare valore tangibile serve un cambio di prospettiva: un'AI che non si limiti a rispondere, ma che agisca.***

*di Sara Zolanetta*

L'ultimo appuntamento di *Insurance in the Mirror*, moderato dal **direttore di InsurZine Andrea Turco**, fotografa il passaggio cruciale dall'AI sperimentale alla Process e Decision Intelligence. Attraverso il confronto tra leader del settore, emerge la necessità di un'AI agentica capace di agire direttamente sui processi core, guidata da un forte contesto informativo per azzerare le allucinazioni e integrata nell'infrastruttura cloud. Nonostante la spinta verso l'automazione in tempo reale e gli insight predittivi, il mercato italiano riafferma il modello high tech, human touch, dove la tecnologia non sostituisce l'intuito manageriale o la consulenza, ma azzera la burocrazia e ottimizza la relazione umana. La vera sfida futura si sposta così dall'adozione degli strumenti al change management culturale delle compagnie.
Nel panorama del settore assicurativo, l'intelligenza artificiale è ormai una realtà consolidata, ben lontana

*continua a pag. 2*

IN PRIMO PIANO

## UEA e il codice etico sull'AI: la scappatoia (legale) per le reti commerciali

*di Francesco Cassese, Ceo Insurance Trainer*

Il 9 settembre UEA ha presentato 21 principi per regolare l'uso dell'AI generativa da parte di agenti e consulenti. Sulla carta è un passo avanti. Ma se lo si legge con gli occhi di chi vende ogni giorno, salta fuori un dettaglio che vale oro: la responsabilità resta sempre in capo all'intermediario. Mai della Compagnia.
Ed è proprio da qui che una rete commerciale sveglia può ribaltare il tavolo.
Se ogni contenuto prodotto con l'AI va verificato e "firmato" dall'agente prima di arrivare al cliente, allora anche i tool che la Compagnia impone dall'alto (es. chatbot per i preventivi, script per le chiamate, report automatici), diventano un rischio che il produttore scarica interamente sulla rete. Nessuna Compagnia potrà più dire "usa questo strumento" senza garanzie scritte su sicurezza, tracciabilità e trattamento dati, come previsto dagli articoli 5 e 6. La rete ha finalmente un appiglio normativo per pretendere protocolli chiari

*continua a pag. 2*

dall'essere una semplice sperimentazione. Durante il terzo appuntamento di "*Insurance in the Mirror*", il format di InsurZine TV, è emerso chiaramente come le compagnie stiano investendo massicciamente in digitalizzazione. Tuttavia, per molto tempo l'AI è rimasta confinata a chatbot conversazionali o automazioni puntuali, senza incidere davvero sui processi "core". Per generare valore tangibile serve un cambio di prospettiva: un'AI che non si limiti a rispondere, ma che agisca. In questo scenario, la process intelligence e la decision intelligence diventano decisive per costruire un gemello digitale delle operation, leggere i processi end-to-end, individuare inefficienze e presidiare compliance e governance.

## IL CONTEXT MODEL: DARE UN SENSO ALL'AZIONE DELL'AI

A inquadrare il tema è intervenuto **Massimo Gilardi, Insurance Sales Director di Celonis**, realtà specializzata nella process intelligence. Secondo Gilardi, l'AI è un nuovo attore nelle operation che va conosciuto e governato al meglio. Celonis analizza l'esecuzione end-to-end di un processo per capire dove sia necessario attivare un agente per compiti di routine, liberando risorse per le attività più critiche.
"Quello che è fondamentale è dare un contesto informativo a questi agenti in modo tale che non sia solo la potenza generalista della AI a sprigionare capacità di calcolo, velocità di risposta, di esecuzione e automazione, ma questo elemento sia un elemento legato alla conoscenza del processo, alla conoscenza della singola organizzazione", ha spiegato Gilardi.
Questo strato, chiamato context model, unisce i dati aziendali all'AI, riducendo drasticamente il rischio di errori operativi. "Se do un contesto alla AI, abbatto il rischio di allucinazioni", ha affermato Gilardi, ricordando che ogni decisione dell'agente deve legarsi strettamente agli obiettivi strategici, alla specificità della customer base e alla compliance.

## CUSTOMER EXPERIENCE: DALL'AUTOMAZIONE ALL'HUMAN TOUCH

**Paolo Crivello, Head of Customer Experience di Reale Mutua**, ha tracciato l'evoluzione degli assistenti digitali: dalle prime chatbot di dieci anni fa, simili a semplici FAQ guidate con un basso tasso di successo all'odierna GenAI capace di risposte approfondite. Per Crivello il salto di qualità richiede due azioni: collegare i canali digitali ai processi core dell'azienda (come la liquidazione dei sinistri o l'assistenza) e dare priorità ai bisogni e ai feedback reali espressi dai clienti per ridurne il senso di abbandono.
Nonostante la forte spinta tecnologica, il modello di Reale Mutua mette al centro la relazione umana. L'AI deve abilitare intermediari, agenzie e liquidatori a ottenere informazioni rapide e strutturate, ottimizzando il supporto e la proattività tramite la next best action. Crivello ha sintetizzato la strategia nel mantra aziendale: un approccio "high tech ma human touch, che rimane la parte viva e vera di un modello mutualistico come il nostro".

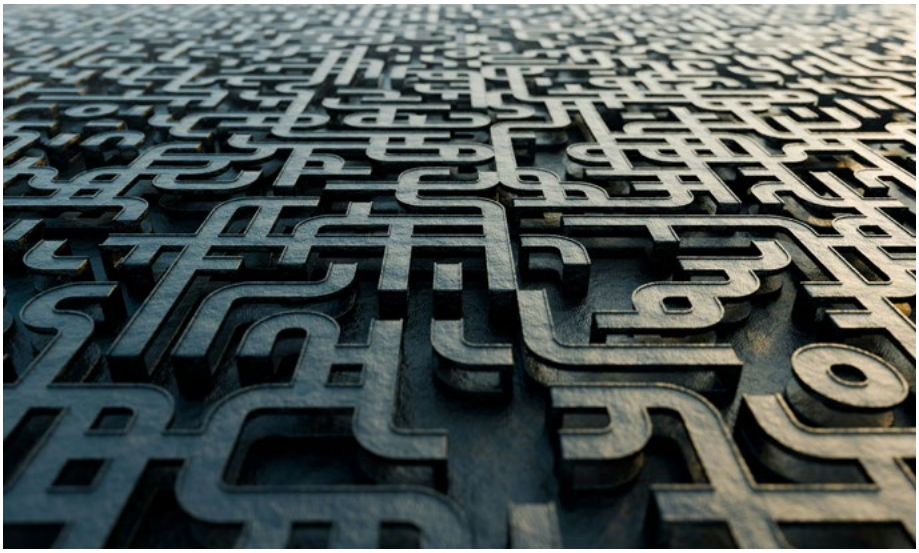
## L'INFRASTRUTTURA IT: DATI, ECOSISTEMI E FIDUCIA

**Andrea Detassis, Chief Information Officer di ITAS Mutua**, avverte che abbinare l'AI alla pura tecnologia è un errore concettuale. Le aziende sono ecosistemi complessi in cui processi, strumenti e persone si stratificano nel tempo. Come discontinuità tecnologica, l'AI richiede basi infrastrutturali mature e, soprattutto, archivi ben organizzati e dati di alta qualità.
"La chat è un esempio classico, cerca sempre di dare una risposta, quindi ha bisogno di avere l'informazione di qualità, altrimenti rischiamo di dare una risposta anche errata o fuorviante, delle allucinazioni", ha precisato Detassis.
Per supportare questa evoluzione, ITAS Mutua sta investendo per superare i sistemi legacy a favore del cloud. La compagnia ha inoltre strutturato una governance interfunzionale che coinvolge l'area IT, la compliance e il risk management per monitorare mensilmente la qualità e l'adozione delle use case. AI centro restano le persone: la vera sfida è la formazione per costruire fiducia reciproca tra l'utente e lo strumento.

## LA SALUTE E L'AZZERAMENTO DEGLI ATTRITI OPERATIVI

La semplificazione è cruciale nel comparto sanitario, come spiegato da **Gianluca Pipino, Responsabile operations di InSalute Servizi**. L'obiettivo è offrire un servizio fluido azzerando i contatti inutili e i passaggi manuali. InSalute Servizi permette già ai clienti di prenotare prestazioni in tempo reale accedendo direttamente all'agenda dei medici delle strutture convenzionate.
L'AI accelera questo percorso automatizzando i processi autorizzativi, pur mantenendo l'approccio umano nei casi ad alta intensità emotiva (come i pazienti oncologici). Pipino individua due pilastri operativi: l'approccio predittivo, per capire i bisogni da un singolo documento senza chiedere continui chiarimenti organizzativi, e una comunicazione trasparente.
"L'AI è un grande abilitatore, un grande facilitatore, è quello col quale può

prima di accettare qualsiasi automazione calata dall'alto.
E c'è di più. Se i KPI aziendali spingono verso una produttività sempre più "AI-assistita", ma la legge lascia comunque il giudizio finale all'agente, ogni obiettivo legato a questi strumenti diventa terreno di trattativa. È il momento giusto per rimettere mano alle convenzioni di mandato (a chi piace il pericolo), chiedendo che sia la Compagnia a rispondere degli strumenti che essa stessa fornisce.
UEA voleva proteggere il cliente. Le reti più scaltre useranno lo stesso codice per proteggere sé stesse e trattare da una posizione di forza che prima non avevano. È una visione troppo ottimistica? Staremo a vedere.



**Fonte Unsplash**

raccogliere informazioni, può studiare i comportamenti, può rappresentare al meglio quello che sono le nostre condizioni, quello che è il bisogno spesso del cliente e dargli un servizio in tempo reale", ha affermato Pipino.
L'AI diventa così un "concierge" che guida l'utente nelle risposte economiche o di prossimità, ottimizzando parallelamente i processi contabili delle strutture sanitarie.

## IL MARKETING COME SISTEMA NERVOSO CENTRALE

L'AI sta stravolgendo anche le strategie commerciali. **Lorenzo Alberti, direttore marketing di Credemassicurazioni**, ha illustrato il modello della bancassicurazione, dove la consulenza protettiva si innesta su una fiducia già acquisita dal cliente con la banca. In questo equilibrio, l'AI non deve essere invasiva o agire come un "grande fratellone"; Alberti preferisce definirla un "maggiordomo previdente" che accoglie e accompagna l'ospite.
Il marketing evolve da megafono pubblicitario a sistema nervoso centrale che ascolta, interpreta i dati e attiva la relazione in ottica di next best caring. Integrando le piattaforme di consulenza assicurativa e olistica, gli algoritmi predittivi restituiscono insight mirati sulla storia specifica del cliente.
"Passiamo da un marketing che per molto tempo è stato considerato un po' un accelerante, no? Un moltiplicatore delle vendite, a invece un vero e proprio architetto di relazioni che dà al gestore l'insight perfetto per potersi sedere davanti al cliente", ha concluso Alberti.

## IL FUTURO: DECISION INTELLIGENCE E CHANGE MANAGEMENT

La puntata si è chiusa sulla decision intelligence, ovvero l'uso dell'AI per pianificare, simulare scenari, fare forecasting e governare il business in modo affidabile. Il panel concorda: la sfida non è tecnologica – dato l'overbooking di strumenti disponibili – ma culturale e organizzativa.
Gianluca Pipino ha evidenziato come il cambiamento passi dalla capacità delle persone di rendere oggettivo ciò che prima era soggettivo, interpretando i dati senza timore di mettere in discussione l'esperienza passata. Lorenzo Alberti ha aggiunto che la decision intelligence abbatte i silos informativi tra banca e compagnia, agendo come un "co-pilot strategico" che rende scalabile l'intuito manageriale senza l'ambizione di sostituirlo. Paolo Crivello ha ribadito che il vero salto risiede nel change management e nell'adozione: è necessario portare i KPI predittivi (come il Customer Lifetime Value) direttamente nelle decisioni quotidiane dei tavoli di lavoro. Il successo dell'AI nel settore assicurativo dipenderà dalla lungimiranza nel coniugare l'evoluzione dei sistemi con la centralità del fattore umano.

DUE PUNTI LIVE

# Food Marketing

## Mercoledì
## 30 settembre 2026
## ore 9:00

---

**Come sta cambiando il modo di produrre e raccontare il cibo?**

Teatro Fabbrica di Lampadine
via Pescantina 8, Milano

OltreLaMediaGroup

touch point
CREATIVITY & BUSINESS

REGISTRATI QUI

AQUEST

artefice group

erbacipollina

HAVAS

I MILLE

MONDADORI DIGITAL

nextbrand
STRATEGY & DESIGN

ZENZERO
TALENT AGENCY

# Droni e IA al servizio della sicurezza sul lavoro, uno sguardo dentro la AI Factory italiana Youbiquitous

***La società tech sta sviluppando soluzioni basate su droni che analizzano in tempo reale ciò che osservano, anziché limitarsi a sorvolare passivamente l'area.***

*di Francesca Ghisi*

Ha lo sguardo di un'aquila, ma il corpo di un drone. Sorvola cantieri e impianti, legge dall'alto ciò che l'occhio umano può non vedere e, grazie all'intelligenza artificiale, segnala un rischio prima che si trasformi in incidente. È l'idea su cui lavora **Youbiquitous**, realtà italiana specializzata nello sviluppo di soluzioni di IA che punta a portare il monitoraggio del lavoro verso una dimensione più predittiva, automatizzata e preventiva. A spiegarci come è nata la AI factory è stato il suo **fondatore e CTO Francesco Esposito**.

**Youbiquitous** nasce nel 2017 come software house e per diversi anni si concentra su attività legate allo *Sport-tech, ai fast data* e a clienti del settore sanitario. Quest'ultima area viene successivamente scorporata attraverso l'unione con KBMS, mentre il passaggio verso il modello di AI factory prende forma negli anni successivi. È soprattutto negli ultimi quattro anni che la società ha accelerato la trasformazione, con una crescita particolarmente marcata nell'ultimo anno e mezzo.

"Da lì, diciamo negli ultimi quattro anni, l'azienda si è trasformata concretamente in una AI factory, esplodendo nell'ultimo anno e mezzo - racconta Esposito - Più recentemente Youbiquitous ha aperto anche una *business line* dedicata all'hardware, focalizzata su droni e sistemi per la sicurezza e il monitoraggio, che oggi affianca lo sviluppo software e quello dei modelli di intelligenza artificiale".

**Francesco Esposito**

## DALLA SOFTWARE HOUSE ALLA AI FACTORY

Uno degli aspetti su cui l'azienda sta concentrando il lavoro riguarda la riduzione del tempo che intercorre tra la comparsa di un rischio e la sua identificazione. Il modello prende le mosse da un esperimento realizzato lo scorso anno nel settore del trasporto pubblico, per il quale Youbiquitous ha addestrato da zero un proprio modello basato su *visual transformer* per riconoscere episodi di violenza, presenza di fumo o incendi e tentativi di furto sui mezzi. L'approccio è stato poi esteso ad altri contesti più complessi.

Nei sistemi tradizionali la segnalazione di un rischio richiede che un operatore osservi quanto sta accadendo, riconosca l'anomalia e la classifichi come tale. La soluzione sviluppata da Youbiquitous prevede invece uno o più sistemi costantemente in ascolto, capaci di osservare in parallelo differenti tipologie di minaccia e di generare una segnalazione non appena individuano una situazione anomala.

"È come avere una squadra di operatori sempre concentrati che guardano tutto contemporaneamente - afferma Esposito- Una simile attività di controllo non è sostenibile nel tempo facendo affidamento esclusivamente sulle persone. Il sistema può naturalmente produrre falsi positivi o non intercettare occasionalmente un evento, ma consente di mantenere contemporaneamente sotto osservazione una quantità di elementi difficilmente gestibile da soli operatori umani".

## COSA CAMBIA CON I DRONI DOTATI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE

È proprio questa capacità di analisi a distinguere un drone dotato di IA da uno utilizzato semplicemente per effettuare riprese o ispezioni periodiche. Nel secondo caso, le immagini vengono registrate e devono successivamente essere visionate da una persona. Nel primo, invece, il drone integra modelli *open-vocabulary* e monitora attivamente una serie di situazioni definite in precedenza, applicando regole più o meno deterministiche a seconda del contesto.

Un esempio è il conteggio delle persone presenti in un'area nella quale non può essere superata una determinata soglia. Tra le anomalie che il sistema è già in grado di riconoscere rientrano inoltre la presenza di persone in zone vietate, fumo, incendi e furti. Negli scenari industriali le informazioni possono essere incrociate con quelle provenienti da altri sensori e, quando necessario, il sistema può anche inviare ulteriori droni dotati di strumentazione specifica per effettuare una ricognizione.

La varietà degli ambienti operativi rappresenta tuttavia uno degli elementi di maggiore complessità. Cantieri, impianti industriali e infrastrutture presentano infatti condizioni molto diverse tra loro. Per affrontare questa variabilità, Youbiquitous

combina modelli *open-vocabulary* con regole deterministiche applicate agli elementi riconosciuti dall'intelligenza artificiale. I parametri possono riguardare, per esempio, il numero di persone presenti, movimenti al di fuori di un'area prestabilita, temperature anomale rilevate dalle termocamere oppure la presenza di ostacoli individuati attraverso sistemi LiDAR. In sostanza, "il modello riconosce, la regola, caso per caso, decide se è un rischio".

## SICUREZZA E SUPERVISIONE UMANA

Un altro nodo riguarda l'affidabilità. In materia di sicurezza, infatti, un falso positivo può provocare rallentamenti, mentre una mancata segnalazione può avere conseguenze molto più rilevanti. Su questo punto Esposito evita promesse assolute: "Nessun sistema è perfetto - ribadisce - Lavoriamo per ridurre entrambi gli errori, ma non possiamo promettere un sistema infallibile".
Per questo motivo a valle della segnalazione viene mantenuto un operatore umano. Una supervisione che, tuttavia, presenta a sua volta alcuni limiti: anche l'attenzione delle persone può diminuire nel tempo, soprattutto quando sono chiamate a controllare continuamente sistemi automatici ai quali possono finire per affidarsi in maniera eccessiva.
Una volta individuato il possibile rischio, l'allarme viene trasmesso alla centrale operativa già utilizzata dall'azienda. Il sistema non punta quindi a sostituire le procedure esistenti né le persone che le presidiano, ma ad alimentarle con segnalazioni più tempestive. Spetta poi all'operatore ricevere l'allarme e stabilire come intervenire sulla base dei protocolli in vigore. L'impostazione rimane dunque fortemente human-in-the-loop: la decisione finale viene mantenuta nelle mani dell'operatore e non delegata al modello.
"Il modello supporta, segnala, accelera, ma chi agisce, e chi risponde della decisione, è sempre una persona - chiarisce il fondatore della AI factory - Resta però aperto il tema dell'effettiva efficacia della supervisione umana, proprio perché un'attività di controllo prolungata può portare a un calo dell'attenzione".

## I POSSIBILI SVILUPPI NEL SETTORE ASSICURATIVO

Le informazioni raccolte da sistemi di questo tipo potrebbero inoltre trovare applicazione anche nel settore assicurativo, sia nella valutazione del rischio sia nella gestione dei sinistri.
"Esiste uno spazio di collaborazione con compagnie, broker e risk manager - ribadisce - ma sarà necessario comprendere con precisione come questi utilizzi si inseriscano all'interno del quadro normativo. L'impiego dei dati per finalità assicurative comporta infatti vincoli differenti rispetto al loro utilizzo esclusivamente in chiave preventiva, mentre anche alcune applicazioni legate alla prevenzione potrebbero rientrare tra i sistemi considerati ad alto rischio. Il prossimo passaggio per Youbiquitous sarà quindi stabilizzare la soluzione anche rispetto ai requisiti previsti dall'AI Act e - conclude - dalle altre normative applicabili, in vista del passaggio dalla fase di test a un'adozione su scala più ampia".

INSURZINE .TV

**Dai dati alle scelte: come cambia l'AI nelle assicurazioni**

Nel terzo appuntamento di Insurance in the Mirror si è discusso del passaggio dall'AI sperimentale al suo impiego nei processi assicurativi. Dati affidabili e nuove competenze sono al centro del confronto su automazione, decisioni e qualità della relazione con i clienti.

GUARDA LA PUNTATA

INSURZINE.TV

**Poly Mga, la polizza standard non basta più**

Vittorio Scala, amministratore delegato di Poly Mga, racconta come competenze assuntive e tecnologia possano aiutare gli intermediari a costruire coperture su misura, dando risposte più rapide ai clienti.

GUARDA LA PUNTATA

INSURZINE WEEKLY

**Direttore responsabile:** Andrea Turco *andrea.turco@insurzine.com*
**Editore e Redazione:** Oltre La Media Group srl – Via Pescantina 8 – 20162 Milano
**T:** 388 8265893
**E-mail:** *info@insurzine.com*
**Per inserzioni commerciali:** *giovanni.sorgente@insurzine.com / daniele.vanz@insurzine.com*
Testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Milano - Numero 111 del 9 Aprile 2018