

GESTIONE SINISTRI, INNOVAZIONE CONTINUA

di GIACOMO CORVI

LE COMPAGNIE SONO SEMPRE PIÙ IMPEGNATE IN TEST E SPERIMENTAZIONI SU TECNOLOGIE E NUOVI MODELLI DI BUSINESS PER SNELLIRE LA FILIERA DI ANALISI E LIQUIDAZIONE DEL DANNO, RIDURRE I COSTI E MIGLIORARE IL LIVELLO DI SERVIZIO OFFERTO ALLA CLIENTELA

L'innovazione tecnologica e lo sviluppo di nuovi modelli di business si confermano al centro della filiera di gestione sinistri nell'Rc auto. Ormai, come emerso nel corso della tavola rotonda che ha chiuso il tradizionale appuntamento di **Insurance Connect** dedicato all'Rc auto, non si contano più i test e i progetti lanciati dalle imprese del settore in quello che è da sempre un formidabile laboratorio di innovazione per l'intero mercato assicurativo. Tanti sforzi per tentare di centrare un duplice obiettivo: contenere i costi e migliorare il livello di servizio offerto alla clientela.

Molte aspettative sono riposte nello sviluppo tecnologico. "Ci sono due modi per sfruttare le novità tecnologiche che il mercato ha oggi da offrire", ha esordito **Pierluigi Pellino**, head of motor claims e head of claims support di **Generali Italia**. "C'è il metodo tradizionale, volto essenzialmente al miglioramento dei tool già a disposizione del settore attraverso, per esempio, l'ottimizzazione della piattaforma sinistri, e poi – ha aggiunto – c'è un modello più innovativo, che si propone di sfruttare le potenzialità offerte dai nuovi strumenti di analisi del dato per riconoscere prima e meglio la tipologia di sinistro e, di conseguenza, incanalarlo verso il processo di gestione più adeguato". Il mercato sembra aver abbracciato con decisione la seconda opzione. **UnipolSai** ha per esempio delegato "tutta la

filiera di gestione del dato telematico a una società del gruppo, cosa che ci ha consentito – ha spiegato il chief claims officer, **Norberto Odorico** – di incrementare la nostra velocità di intervento in caso di sinistro, migliorare il servizio di assistenza alla clientela e mettere il liquidatore nelle condizioni di fare più rapidamente il proprio mestiere, con un notevole impatto sui costi: in futuro – ha aggiunto – abbiamo la prospettiva di combinare il tutto con sistemi di intelligenza artificiale per il riconoscimento dei danni al veicolo per fornire indicazioni più puntuali e precise ai nostri periti".

TECNOLOGIE ALLO STUDIO

Sono molte le compagnie assicurative che stanno sperimentando le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie. **Luigi Barone**, direttore sinistri di **Reale Mutua**, si è in particolare soffermato sul contributo che l'intelligenza artificiale può garantire nel velocizzare mansioni ripetitive a scarso valore aggiunto. "Il nostro gruppo riceve circa mille messaggi di posta elettronica certificata al giorno a livello nazionale: immaginate quanto lavoro possa esserci dietro anche solo per individuare oggetto, mittente e destinatario della comunicazione", ha detto. "Grazie a un software di intelligenza artificiale, abbiamo predisposto un sistema che legge e smista le e-mail alle diverse direzioni in tempi rapidissimi:



Da sinistra: **Attilio Sperti**, head of claims di Verti Assicurazioni; **Pierluigi Pellino**, head of motor claims e head of claims support di Generali Italia; **Roberto Tremontozzi**, responsabile gestione sinistri area tecnica danni di Crédit Agricole Assicurazioni; **Norberto Odorico**, chief claims officer di UnipolSai; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Luigi Barone**, direttore sinistri di Reale Mutua; **Laura Gargasole**, responsabile sinistri del Gruppo Helvetia Italia; **Michele Grilli**, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni; e **Daniele Ferraro**, responsabile del servizio sinistri di Bene Assicurazioni

nella direzione sinistri – ha proseguito – abbiamo così la possibilità di recuperare il messaggio e di incanalare la pratica in un altro modulo di intelligenza artificiale che inizia ad analizzare tutti i dettagli del sinistro”.

Anche **Sara Assicurazioni** sta puntando forte sull'innovazione tecnologica nella gestione sinistri nell'Rc auto. “È una scelta strategica che abbiamo adottato per ottimizzare le nostre performance e migliorare il servizio alla clientela”, ha commentato il direttore sinistri Rc auto, **Michele Grilli**. “Abbiamo puntato sulla digitalizzazione di tutte le fasi che potevano essere efficientate, partendo dalla denuncia e arrivando all'attività antifrode e alla stima del danno: nell'ultimo anno – ha illustrato Grilli – ci siamo concentrati soprattutto sulla *generative AI*, sperimentandola in sinistri semplici non auto per sondare la possibilità di offrire un supporto tecnologico al liquidatore”.

UNO STRUMENTO PER I PROFESSIONISTI

Basta poco per comprendere come le aspettative del mercato siano riposte principalmente nella capacità delle nuove tecnologie di efficientare e magari persino automatizzare processi monotoni e ripetitivi che al momento restano sulle spalle di liquidatori e intermediari. In pratica, nella visione delle compagnie, la tecnologia resta di fatto uno strumento per consentire ai professionisti della gestione sinistri di dedicare tempo e risorse ad attività a più alto valore aggiunto. “Il nostro punto di partenza resta sempre la persona, intesa come cliente, agente, perito e liquidatore”, ha affermato **Laura Gargasole**, responsabile sinistri del **Gruppo Helvetia Italia**. “Stiamo sviluppando una strategia trasformativa che si propone di raccogliere e analizzare dati per offrire, per esempio, ai nostri liquidatori informazioni

predittive nella gestione del sinistro: il nostro obiettivo – ha proseguito – è rifocalizzare l'attenzione sul valore aggiunto che l'essere umano può dare ai nostri clienti". L'attenzione al cliente e al contributo che può arrivare da un professionista del settore è ben evidente nella strategia adottata da **Crédit Agricole Assicurazioni**. "Mutuiamo il modello che è stato sviluppato in Francia, in cui il cliente ha un rapporto diretto con il suo liquidatore", ha illustrato il responsabile della gestione sinistri area tecnica danni, **Roberto Trementozzi**. In questo scenario, ha proseguito, "è indispensabile che il nostro liquidatore abbia anche la competenza relazionale di accompagnare il cliente in un percorso che parte dalla denuncia del sinistro all'eventuale liquidazione del danno: al nostro professionista chiediamo dunque non soltanto la competenza tecnica e la capacità di sfruttare i nuovi strumenti tecnologici, ma anche l'empatia di stare vicino al cliente in un momento delicato come il sinistro".

INNOVAZIONE PER TUTTI

La vocazione all'innovazione nella gestione sinistri nell'Rc auto riguarda tutti. Anche e soprattutto imprese che hanno visto la luce pochi anni fa e che dunque hanno per natura la tecnologia all'interno del proprio modello di business. Come nel caso di **Bene Assicurazioni**. "Siamo nati otto anni fa, siamo di fatto dei nativi digitali e abbiamo puntato forte sulla tecnologia anche nella gestione sinistri con l'adozione di un sistema in



cui trovano spazio tutte le funzioni", ha commentato il responsabile del servizio sinistri, **Daniele Ferraro**. "Questo – ha aggiunto – ci consente di recuperare produttività e di essere oggi più efficaci e veloci nel servizio alla clientela".

Stessa dinamica anche per **Verti Assicurazioni**, compagnia nata nel 2018 raccogliendo l'esperienza di **Direct Line**. "Stiamo puntando molto forte sull'intelligenza artificiale per avere una stima preliminare del danno che poi possiamo sottoporre all'analisi dei nostri specialisti", ha portato l'esempio **Attilio Speri**, head of claims della compagnia. "Stiamo lavorando con simili tecnologie anche per individuare i sinistri a rischio frode e per avere una stima potenziale del danno alla persona – ha aggiunto – alimentando la macchina con documenti medici per avere almeno un'approssimazione della cifra che dovremmo apporre a riserva". Per la vera e propria liquidazione del danno, a detta di Speri, "ci vorrà ancora tempo".

TANTI SERVIZI PER IL CLIENTE

In attesa di un simile traguardo, la sperimentazione del mercato continua. Anche in una logica di miglioramento del servizio alla clientela. In UnipolSai "puntiamo molto sulla riparazione in forma specifica, su cui predisponiamo sessioni di formazione per i nostri addetti sinistri in agenzia e su cui abbiamo la possibilità di poter contare sul vantaggio, anche economico, di disporre di una rete di carrozzerie convenzionate", ha illustrato Odorico. "Sempre in agenzia – ha proseguito – diamo la possibilità ai nostri clienti di prenotare visite mediche in ambulatori in presenza di lesioni e di richiedere una videoperizia nel caso in cui si optasse per un risarcimento monetario".

L'innovazione di servizio si lega spesso anche all'innovazione di prodotto. Come nel caso del recente rinnovo dell'offerta telematica di Sara Assicurazioni. "La soluzione offre vantaggi considerevoli al cliente, innanzitutto in termini di sconto sulla polizza, ma poi anche in termini di soluzioni al volante, come la possibilità di essere contattato in caso di sinistro, l'assistenza medica e stradale e la geolocalizzazione del mezzo in caso



di furto”, ha detto Grilli. A tutto ciò, ha aggiunto, si sommano anche “vantaggi per la compagnia, a cominciare dalla velocità di intervento e dal contenimento dei costi operativi”.

IL VALORE DEL TOCCO UMANO

Anche l’ambito del servizio alla clientela conferma l’importanza del tocco umano nella relazione con il cliente. “Viviamo in uno scenario di omnicanalità in cui l’assicurato ha la possibilità di scegliere fra diversi strumenti per mettersi in contatto con la propria compagnia, e noi siamo chiamati ora a soddisfare tutte le sue richieste”, ha osservato Ferraro. “Tuttavia, almeno per quella che è la mia esperienza, mi sembra che ancora oggi – ha aggiunto – il cliente abbia bisogno di un contatto umano al momento del sinistro: vogliamo qualcuno che gli spieghi che cosa è successo”.

Sulla stessa linea anche Barone. “Studi di settore confermano che la priorità per il cliente è l’accessibilità”, ha riportato il manager di Reale Mutua. “Per questo – ha aggiunto – dobbiamo essere in grado di costruire sistemi che consentano all’assicurato di essere aggiornato sulla propria posizione, magari anche attraverso app, ma predisponendo anche processi che permettano un confronto diretto con uno specialista”. Stando a quanto riferito da Tremontozzi, “il 76% dei clienti preferisce ancora il canale telefonico perché al momento del sinistro ha bisogno di una voce umana che lo rassicuri”. Ed è qui che si può innestare il ruolo

delle nuove tecnologie nel rapporto con l’assicurato. In un modello di business che vede, come già accennato, il liquidatore come primo interlocutore del cliente, l’obiettivo di Crédit Agricole Assicurazioni è quello di “mettere il professionista nelle condizioni di svolgere anche questa attività, dotandolo di strumenti tecnologici che possano “per esempio” velocizzare la fase di denuncia e di raccolta delle informazioni”.

UN CAMBIO DI PARADIGMA

Le nuove tecnologie non hanno ancora espresso tutto il proprio potenziale. “Per una compagnia diretta come Verti, che non può contare sul filtro garantito dagli intermediari, la gestione dei reclami e del contenzioso assorbe molte energie”, ha osservato Speri. “Stiamo puntando molto sulle capacità predittive dell’intelligenza artificiale per arrivare, almeno nel medio termine, a un sistema che possa consentirci di avere in automatico comparse di risposta in caso di contenzioso, predisponendo anche una società tra avvocati, una struttura dedicata in cui accentrare la gestione di tutte queste pratiche”. Attenzione alle capacità predittive dell’intelligenza artificiale anche nel Gruppo Helvetia Italia, con l’obiettivo, ha detto Gargasole, di “dotarci di una struttura IT che, pur mantenendo il suo gestionale sinistri, parta dall’analisi documentale per giungere alla lettura delle perizie e individui i casi in cui è possibile suggerire un pagamento in automatico: attualmente abbiamo in corso anche uno studio in materia di antifrode”.

Le novità dunque non mancano in quel laboratorio di innovazione continua che è la gestione sinistri nell’Rc auto. “Oggi abbiamo la concreta possibilità di realizzare un cambio di paradigma: non più le serie storiche e le logiche campionarie, ma un modello in cui si mette insieme, oltre che i classici dati su marca, modello e allestimento del veicolo, anche la coerenza fra valori liquidati e quello che invece sarebbe corretto aspettarsi”, ha osservato Pellino. “Noi di Generali ci stiamo concentrando su questo – ha concluso – con l’obiettivo ultimo di garantire efficienza operativa, tenere sotto controllo i costi operativi e garantire un servizio adeguato alle aspettative del cliente”.