

# QUANDO CROLLA IL MURO DELLA PRIVACY

di FABRIZIO AURILIA

IL SETTORE DELL'IT STA ASSUMENDO NUOVI RUOLI ALL'INTERNO DEI PROCESSI DI BUSINESS, MA LA LEGACY DELLA TECNOLOGIA E LE NUOVE RESPONSABILITÀ IN CAPO ALLE COMPAGNIE FANNO EMERGERE RISCHI INEDITI. LE IMPRESE STANNO STUDIANDO REVISIONI DELLA GOVERNANCE INTERNA, INSIEME A MAGGIORI INVESTIMENTI IN CYBER SECURITY

Come parlare d'innovazione senza considerare una delle sue componenti essenziali, cioè l'IT? Per questo, nell'ambito del convegno sull'innovazione, **Insurance Connect** ha dedicato una tavola rotonda proprio all'*information technology*, ai nuovi strumenti ma anche ai nuovi ruoli che sta recitando il braccio tecnologico delle compagnie. Anche questo comparto, quindi, sta cambiando forma e funzioni: l'ufficio IT è sempre più integrato nelle strategie di business e assume un ruolo centrale che gli conferisce autorità anche nelle decisioni commerciali o di marketing. L'IT corre veloce e deve fare i conti con nuovi e vecchi problemi. In primis, in termini di *legacy* dei processi, ma anche nell'evoluzione delle responsabilità che le compagnie hanno verso i

clienti: tutto quello che l'innovazione porta con sé apre a nuovi scenari e a nuovi rischi legati, per esempio, alla *privacy* e agli attacchi *cyber*.

## OCCHIO ALLE SANZIONI

Le nuove normative in fatto di *privacy* e tutela dei consumatori negli episodi di *cyber crime*, impongono svariate misure di implementazione della *governance* interna: quindi c'è bisogno di un cambiamento di prospettiva e maggiori investimenti in materia di *cyber security*.

**Giulio Coraggio**, partner dello studio legale internazionale, **Dla Piper**, ha rivelato che il 90% dei crimini *cyber* avviene a causa di un errore umano: e i dan-



Da sinistra: **Matteo Carbone**, principal di Bain; **Giulio Coraggio**, partner dello studio legale internazionale, **Dla Piper**; **Stefano Bombara**, responsabile del servizio IT e dei sistemi tecnici danni di **Crédit Agricole**; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di **Insurance Review** e **Insurance Trade** e **Vittorio Giusti**, chief operating officer di **Zurich** in Italia

ni sono enormi. I rischi crescono in proporzione alla mole dei dati che le compagnie riescono a raccogliere. Se da un lato per le imprese sarà bellissimo poter prevenire la necessità di un cliente di avere una polizza e proporgliela in anticipo, dall'altro questa capacità è il frutto di un lavoro molto intenso sui dati. "Sta per entrare in vigore - ha ricordato Coraggio - un regolamento europeo sulla privacy: la questione più rilevante è che le sanzioni diventeranno altissime, pari a circa il 4% del fatturato mondiale dell'azienda condannata. Ecco perché ci vuole un cambio di prospettiva". I dati saranno la moneta del futuro, ma bisogna stare più che attenti: le compagnie dovranno evitare che la privacy diventi una mina vagante all'interno dei processi di digitalizzazione.

#### LE POSSIBILITÀ DI UNA APP

**T**rovare nuovi canali di comunicazione è essenziale per le compagnie. Ma non è semplice perché talvolta l'unico vero punto di contatto con i clienti è al momento del sinistro. È questo il caso della compagnia danni di **Crédit Agricole**, che ha creato una nuova app per la denuncia degli incidenti.

"Dovevamo trovare - ha spiegato Stefano Bombara, responsabile del servizio IT e dei sistemi tecnici danni - una strategia *digital* per offrire nuovi servizi attraverso tutti i canali in modo rapido, efficace e completo. Non avendo le competenze interne per sviluppare l'applicazione, ci siamo rivolti alla *software house*, **Rgi**. Abbiamo rivisto alcuni processi IT per rendere quest'app più semplice possibile: è stato chiaro fin da subito che senza un approccio digitale e un canale di comunicazione nuovo avremmo perso molte opportunità".

La svolta digitale ha anche permesso alla compagnia danni di sfruttare in modo semplice la forte integrazione con il canale bancario. "È stato essenziale per noi - ha continuato Bombara - ampliare i nostri servizi ai clienti bancari, liberando sinergie con enormi potenzialità. Il business e l'IT oggi vanno a braccetto, e hanno un obiettivo comune, perché è essenziale proporre tecnologie che il mercato accetti subito".

#### L'OBIETTIVO COMUNE DI IT E BUSINESS

Tra le nuove responsabilità e le necessarie evoluzioni, che comprendono un'estesa raccolta di dati, le compagnie devono essere in grado di offrire servizi all'assicurato attraverso la tecnologia. Secondo **Stefano Bombara**, responsabile del servizio IT e dei sistemi tecnici danni di **Crédit Agricole**, le due parole chiave sono ottimismo e consapevolezza. "Abbiamo dovuto rivedere i nostri processi - ha spiegato Bombara - a causa dei vincoli normativi per il rispetto della privacy. Oggi, per l'IT è fondamentale mettersi in gioco e rivedere le logiche con cui si affrontano i progetti. Anche la nostra capogruppo francese sta dando una forte impronta digitale al business".

#### ASSICURATORI CHE NON LO SARANNO PIÙ

In questo senso torna il problema della legacy: come gestire la transizione tra vecchi e nuovi sistemi? La stratificazione delle varie tecnologie, confermano le compagnie, è il limite più forte all'introduzione di strumenti più flessibili ed evoluti. "Questo accade - ha sottolineato **Vittorio Giusti**, chief operating officer di **Zurich** in Italia - anche a causa della natura del nostro business: le polizze, di solito, restano in portafoglio per decenni". Non è facile sofisticare sempre di più tariffe, prodotti e *pricing*, ma la tendenza è questa: si sta entrando in un mondo nuovo in cui il modello sottostante l'assicurazione (cioè quello mutualistico) sta cambiando. "L'integrazione tra tecnologia, servizi di *operation* e business - ha aggiunto - è la chiave di volta. Oggi c'è più collaborazione anche tra partner tecnologici, ufficio IT e direzione operativa".

Questo legame sta trasformando l'assicurazione: paradossalmente c'è il rischio che gli assicuratori non facciano più gli assicuratori, e che le polizze non siano più il *core business* del futuro.

"L'assicurazione - ha chiosato **Matteo Carbone**, principal di **Bain** - comincia a ragionare come un player tecnologico. Non è facile perché il settore assicurativo è fortemente regolato. Tuttavia esistono modelli già sperimentati dal comparto *FinTech*, cui le compagnie devono guardare. Per chi ne ha la possibilità, sarà utile creare *innovation lab* dove attrarre le migliori idee e trasformarle in *start up*: ma resta, alla fine, la sfida dell'integrazione".

