

Comunicato Stampa

7 aprile, 2026

AI e assicurazioni: il modello dell'agente aumentato trasforma i dati in insight su misura per il cliente

La ricerca CETIF con GFT Technologies Italia: oltre la metà del tempo della rete distributiva è assorbita da burocrazia. La GenAI può cambiarlo — ma solo se le compagnie escono dalla logica del pilota.

Milano, 7 aprile 2026 – Il comparto Danni ha chiuso il primo trimestre 2025 con una crescita del +9,8%, superando gli 8 miliardi di euro di premi. Le banche, tra i principali potenziali distributori, presidiano ancora meno del 15% di quel mercato. Non si tratta tanto di una limitazione legata all'offerta o alla domanda: secondo la ricerca *“Reinventare i processi di vendita assicurativi con AI e GenAI”*, condotta da CETIF in collaborazione con GFT Technologies Italia, emergono piuttosto alcune aree di evoluzione nei modelli distributivi, che risultano spesso complessi da gestire e non ancora pienamente valorizzati in termini di potenziale commerciale.

La ricerca stima che oltre il 50-60% del tempo degli agenti assicurativi sia assorbito da attività a basso valore consulenziale: classificare documenti, interrogare knowledge base, produrre report. È su questo collo di bottiglia che intelligenza artificiale e GenAI possono intervenire in modo misurabile — non come promessa futura, ma come strumento già disponibile.

L'intermediario aumentato: la tecnologia che amplifica, non sostituisce

Il modello che emerge dalla ricerca è quello dell'“intermediario aumentato”: un agente supportato in tempo reale da strumenti di AI che suggeriscono il prodotto più adatto, anticipano i bisogni del cliente, gestiscono le attività amministrative in background. Non un sistema che sostituisce la relazione umana, ma uno che la rende possibile, sottraendo all'agente il peso operativo che oggi ne occupa la maggior parte del tempo.

I dati supportano la direzione: oltre il 60% dei clienti interagisce già oggi in modalità ibrida, combinando canale digitale e relazione umana, e mostra livelli di soddisfazione e NPS sistematicamente superiori rispetto ai modelli mono-canale. Il 67% dei contraenti è attivo su app mobile; l'utilizzo dell'area web è cresciuto dal 43% al 58% tra fine 2024 e primo trimestre 2025. La domanda di interazione integrata è quindi sempre più evidente. In questo contesto, emergono spazi

di evoluzione nell'offerta operativa di molte compagnie, per rispondere in modo ancora più efficace a queste aspettative.

Dalla sperimentazione alla scala: una sfida chiave

La ricerca evidenzia una dinamica rilevante per il settore: la diffusione di progetti pilota che generano risultati incoraggianti in contesti controllati, ma che non sempre si traducono in implementazioni su larga scala. La maturità industriale dell'AI nel settore assicurativo italiano è in progressiva evoluzione, e permangono differenze nei livelli di sviluppo tra le organizzazioni che stanno strutturando capacità operative e quelle ancora in fase esplorativa.

“Il vero salto di qualità è manageriale: significa integrare dati, processi e competenze per costruire una relazione più continua, personalizzata e ad alto valore con il cliente. Solo così sarà possibile trasformare l'AI in una leva concreta di crescita e affrontare in modo strutturale le principali criticità del mercato,” commenta **Paolo Gatelli**, Senior Research Manager di **CETIF**.

Una visione condivisa da GFT Technologies, che nel proprio contributo alla ricerca identifica nelle condizioni organizzative il vero fattore abilitante della trasformazione.

“Per implementare l'AI in modo che generi valore reale e scalabile, una compagnia deve evolvere in modo coordinato su cinque dimensioni – dati e architetture digitali, visione e governance, processi, persone e change management, tecnologia. Il punto più critico è la riprogettazione dei processi: il valore dell'AI emerge pienamente solo quando i flussi vengono ridisegnati end-to-end in una logica AI-first. Chi costruisce su queste fondamenta trasforma l'AI in un vantaggio competitivo strutturale. Chi ne trascura anche solo una, rischia di trasformarla in un costo,” sottolinea **Fulvio Locanto**, Insurance Market Lead di **GFT Technologies Italia**.

[**SCARICA IL REPORT**](#)

Contatti

Ufficio Stampa Italia GFT

Alessandro Norata
Media Relation Manager

+39 338 112 7938

alessandro.norata@aidapartners.com

Ufficio Comunicazione Cetif

Stefano Cassola
+ 39 335 1347351

stefano.cassola@unicatt.it

About GFT

GFT Technologies è un'azienda globale specializzata nella trasformazione digitale, con un forte focus sull'intelligenza artificiale. Progettiamo soluzioni avanzate di trasformazione basate su dati e AI, modernizziamo le architetture tecnologiche e sviluppiamo core system di nuova generazione per leader nei settori Banking, Insurance, Manufacturing e Robotics. In stretta collaborazione con i nostri clienti, superiamo i confini dell'innovazione per liberare tutto il loro potenziale.

Grazie a una profonda esperienza nel settore, a tecnologie all'avanguardia e a un solido ecosistema di partner, GFT offre soluzioni AI-centric che combinano eccellenza ingegneristica, alta efficienza operativa e ottimizzazione dei costi. Questo ci rende un partner affidabile per l'impatto sostenibile e il successo dei clienti. Il nostro team, composto da oltre 12.000 esperti di tecnologia, opera in più di 20 Paesi nel mondo, offrendo opportunità di carriera all'avanguardia nell'innovazione software. GFT Technologies SE (GFT-XE) è quotata nell'indice SDAX della Borsa tedesca.

Let's Go Beyond_

<https://www.gft.com/it/it>

<https://www.gft.com/it/it/blog>

<https://www.linkedin.com/company/gft-technologies-italia>

https://www.instagram.com/gft_technologies_italia

About Cetif

Il Cetif – Centro Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari dell'Università Cattolica del Sacro Cuore conduce studi e promuove ricerche sulle dinamiche di cambiamento strategico e organizzativo nei settori finanziario, bancario e assicurativo dal 1990, aggregando nel proprio network oltre 30.000 professionisti.