SUMMARY DEL REPORT SWISS RE: “COSA CI DICONO I CONSUMATORI GLOBALI?”

9 maggio 2025

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione, anticipare i trend e interpretare i segnali è fondamentale per chi opera nel mondo insurance. Per questo motivo, abbiamo analizzato e rielaborato i principali insight dell'ultima indagine pubblicata da Swiss Re, offrendo una lettura chiara, sintetica e orientata al business.

Il recente report **"Trust in the era of GenAI"**, promosso da Swiss Re, si concentra su un tema sempre più strategico per il settore assicurativo: la fiducia dei consumatori nei confronti dell’intelligenza artificiale, in particolare della Generative AI (GenAI), e la loro disponibilità a condividere dati sanitari personali.

Il report "Trust in the era of GenAI" pubblicato da Swiss Re nel marzo 2025 è uno **studio unico nel suo genere**, che analizza le percezioni, le paure e le aspettative di 2.880 consumatori di assicurazioni Vita e Salute in 7 paesi, rispetto all'utilizzo crescente dell'intelligenza artificiale generativa da parte delle compagnie assicurative.

Analisi sintetica a cura di InLife Insurance Advisory – per aiutare professionisti e aziende a cogliere le implicazioni strategiche dietro i numeri.

SUMMARY DEL REPORT SWISS RE: "COSA CI DICONO I CONSUMATORI GLOBALI?"

Un uso diffuso ma ancora prudente

Il 77% dei consumatori globali utilizza strumenti di GenAI, ma l'adozione non equivale a fiducia: solo il 50% degli utenti si dichiara pronto a condividere dati sanitari con provider di AI generativa. Un chiaro segnale che la fiducia non è automatica, ma va conquistata e mantenuta.

Le generazioni più giovani mostrano una maggiore propensione, ma resta una forte preoccupazione su temi come la sicurezza dei dati (53%), il rischio di errori o abusi da parte dell'AI (47%) e la scarsa comprensione dei meccanismi di utilizzo delle informazioni personali (34%).

Fiducia negli assicuratori: sì, ma serve trasparenza

L'81% degli assicurati globali afferma di fidarsi, almeno in parte, del proprio assicuratore per quanto riguarda la gestione dei dati personali. Tuttavia, il desiderio di trasparenza è altissimo: il 69% vuole sapere come viene usata l'AI nel customer journey.

In Francia e negli Stati Uniti, la fiducia è più fragile: oltre il 25% dei consumatori si dice poco incline a condividere dati, anche per esperienze pregresse legate a violazioni della privacy.

Paese	Fiducia nel settore assicurativo
Cina	95%
Giappone	90%
UK	85%
India	83%
Italia	80%
Germania	78%
USA	74%
Francia	70%

SUMMARY DEL REPORT SWISS RE: "COSA CI DICONO I CONSUMATORI GLOBALI?"

Umano o AI? Dipende dal contesto

- L'81% è disposto a usare chatbot AI per sottoscrivere una polizza.
- Ma 63% preferisce comunque un'interazione umana (di persona o via telefono).
- Solo il 24% è a proprio agio nel gestire un sinistro interamente via AI;
- il 75% lo farebbe solo per pratiche semplici.

In alcuni casi, l'anonimato di un'interfaccia automatica può facilitare la sincerità: nel caso di domande sulla salute mentale, un chatbot non "umanizzato" ha favorito una maggiore apertura (Swiss Re, test 2020).

L'equilibrio delicato del 'value exchange'

Il report evidenzia come molti consumatori siano disposti a condividere dati in cambio di benefici concreti: il 46% per risparmiare tempo nei processi di onboarding, il 44% per sconti sui premi, il 42% per ricevere consigli personalizzati sulla salute.

Tuttavia, emerge un'esigenza di controllo: il 42% condivide dati solo se ha dato un consenso esplicito, mentre il 24% richiede che gli standard di sicurezza superino i limiti legali minimi.

Implicazioni per il settore assicurativo

La Generative AI rappresenta un'opportunità straordinaria per rendere più efficienti i processi di underwriting, offrire servizi più personalizzati e migliorare la customer experience, a condizione che si realizzi una relazione tra AI e consumatore basata sulla fiducia e sulla trasparenza.

Occorrerà adottare un approccio integrato: investire su Responsible AI, rafforzare la formazione interna su privacy e data governance, e comunicare chiaramente al cliente ogni passaggio dell'uso dei dati.

SUMMARY DEL REPORT SWISS RE: "COSA CI DICONO I CONSUMATORI GLOBALI?"

Chi saprà creare un ecosistema etico, trasparente e centrato sulla persona, si guadagnerà un vantaggio competitivo sostenibile. L'AI generativa può accelerare la trasformazione, ma solo se supportata da una cultura della fiducia.

Il consumatore è più informato, più esigente e pienamente consapevole del valore dei propri dati. Chi opera nel settore assicurativo ha oggi una grande opportunità: trasformare l'AI da semplice strumento a leva di fiducia.

Il futuro del settore dipende dalla capacità di coniugare innovazione e responsabilità. E dalla disponibilità a costruire un nuovo patto fiduciario: dati in cambio di fiducia, servizi in cambio di valore, AI in cambio di relazione.