Il consumatore “ibrido” nell'ecosistema assicurativo dell'intelligenza artificiale

Intervento di Maddalena Rabitti
Consigliere IVASS

Consumers’ Forum - XXI edizione - “Il consumatore ibrido: infrastrutture, regolazione, tecnologie”

Roma, 18 novembre 2026

Negli ultimi anni il dibattito promosso da Consumers' Forum ha accompagnato l'evoluzione del rapporto tra consumatori, tecnologia e mercato. In una prima fase l'attenzione si è concentrata sulle vulnerabilità generate dal potere delle piattaforme digitali; successivamente sul consumatore evoluto; infine, sugli effetti dell'intelligenza artificiale nei processi decisionali, nelle relazioni contrattuali e, più in generale, nell'esercizio dell'autonomia individuale.

Oggi, ci troviamo in una fase ulteriore. Dopo il *prosumer*, che partecipava attivamente alla produzione di valore, emerge una figura diversa: il consumatore ibrido, le cui capacità sono potenziate dall'intelligenza artificiale.

L'avvento dell'IA generativa e, soprattutto, dei sistemi di IA agentica accelera questa trasformazione. Non siamo più di fronte a strumenti che si limitano a fornire informazioni o assistenza. I nuovi sistemi pianificano attività, ricercano dati, confrontano offerte, formulano raccomandazioni, negoziano e, in alcuni casi, compiono direttamente scelte operative nell'interesse dell'utente.

Si configura così un ecosistema nel quale interagiscono individui, piattaforme digitali e agenti artificiali. In un contesto del genere diventa progressivamente più difficile comprendere dove si formi realmente la decisione e chi eserciti il controllo effettivo sul processo decisionale. Forse la domanda non è più: *chi decide?* La domanda diventa: *chi risponde della decisione?*

Questa trasformazione riguarda naturalmente anche il settore assicurativo.

Quando l'intelligenza artificiale viene utilizzata da imprese o intermediari assicurativi, il quadro normativo sta progressivamente elaborando risposte.

Pensiamo all'AI Act, al DORA e alle regole di vigilanza che impongono presidi di governance, controlli sui rischi, supervisione umana e responsabilizzazione degli operatori. In questa prospettiva si colloca anche la recente Lettera al mercato con cui l'IVASS ha richiamato le imprese alla necessità di presidiare costantemente i rischi operativi connessi all'utilizzo dei modelli di intelligenza artificiale di frontiera.

Tuttavia, questi strumenti normativi guardano prevalentemente al consumatore nella sua veste tradizionale di destinatario di prodotti e servizi.

La questione su cui mi voglio soffermare è diversa: **che cosa accade quando è il consumatore stesso a utilizzare un agente intelligente per perseguire i propri interessi?**

Che cosa accade, cioè, quando il consumatore non è più soltanto oggetto della tutela ma diviene un soggetto attivo che decide attraverso l'intermediazione di sistemi algoritmici?

È proprio qui che emerge una nuova forma di vulnerabilità. Paradossalmente il consumatore appare oggi più forte e più fragile allo stesso tempo. È più forte perché dispone di capacità informative e analitiche fino a pochi anni fa riservate a professionisti ed esperti.

Un soggetto privo di competenze giuridiche può chiedere a un sistema di intelligenza artificiale di analizzare una polizza assicurativa, confrontare più prodotti, individuare clausole problematiche, valutare l'adeguatezza di una copertura rispetto alle proprie esigenze o evidenziare possibili criticità contrattuali.

Per ottenere questi risultati non è nemmeno necessario formulare richieste sofisticate. Spesso è sufficiente una domanda generica. L'individuazione delle questioni rilevanti, la ricerca delle informazioni e il confronto tra le alternative vengono svolti direttamente dal sistema. In apparenza, la distanza tra la domanda del profano e la risposta dell'esperto tende ad annullarsi.

Proprio in questa apparente semplificazione si nasconde la nuova vulnerabilità. Il consumatore che utilizza un sistema agentico non si limita a servirsi di uno strumento. Egli delega a un algoritmo una parte della propria capacità di valutazione e, in alcuni casi, della propria capacità di azione. L'intelligenza artificiale non si limita ad assistere la decisione: contribuisce a costruirla.

La caratteristica fondamentale di questa delega è, dunque, la sua *opacità*. Il consumatore riceve una raccomandazione senza conoscere realmente il percorso che ha condotto a quel risultato.

Anche prima dell'intelligenza artificiale le persone prendevano decisioni sulla base di consigli e informazioni che non comprendevano integralmente. Esiste però una differenza significativa. La complessità tradizionalmente induceva a riconoscere il bisogno di un esperto. Oggi, invece, l'immediatezza delle risposte e la loro apparente personalizzazione possono generare un'illusione di competenza, inducendo il consumatore a percepire come proprie valutazioni che dipendono in misura crescente da elaborazioni compiute dal sistema.

Questa opacità produce almeno due conseguenze.

La prima riguarda la consapevolezza del consumatore. La delega algoritmica si accompagna spesso a una limitata percezione dei limiti del sistema utilizzato. Numerosi meccanismi cognitivi possono accentuare il fenomeno: la tendenza a fidarsi delle decisioni automatizzate, l'apparente autorevolezza delle risposte, l'impressione di accuratezza generata dalla ripetizione delle informazioni e il ben noto bias di conferma che porta gli individui a privilegiare le indicazioni coerenti con le convinzioni già possedute.

Per questa ragione l'educazione assicurativa e finanziaria non può più essere concepita separatamente dall'educazione digitale. Non basta comprendere il contenuto di un contratto; occorre comprendere anche le modalità attraverso cui si interagisce con sistemi intelligenti e si valutano criticamente i risultati che essi producono.

La seconda conseguenza riguarda invece il piano delle responsabilità. Quando il consumatore delega a un agente artificiale l'identificazione dei propri bisogni assicurativi, la valutazione delle coperture, la selezione del prodotto più adeguato o persino la negoziazione di alcune condizioni contrattuali, finisce per attribuire all'algoritmo funzioni che l'ordinamento associa normalmente a soggetti dotati di professionalità specifiche e destinatari di obblighi di condotta altrettanto specifici.

In altri termini, ci si può chiedere **che cosa cambi quando una funzione tradizionalmente svolta da un professionista viene svolta da un agente artificiale utilizzato direttamente dal consumatore.**

In fondo, anche quando ci affidiamo a un intermediario umano non siamo in grado di ricostruire ogni passaggio del processo decisionale sottostante ai consigli ricevuti. Tuttavia, nel caso dell'intermediario esiste un soggetto

chiaramente identificabile, inserito in un rapporto giuridico regolato e destinatario di obblighi professionali, doveri di diligenza e responsabilità specifiche.

Quando invece il consumatore si affida a un agente artificiale, soprattutto se generalista, non è affatto scontato che il soggetto che fornisce quella tecnologia sia sottoposto agli stessi obblighi. Potrebbe così determinarsi un disallineamento tra la funzione concretamente svolta dal sistema e la qualificazione giuridica del servizio offerto. È in questo spazio che si collocano alcune delle questioni più complesse relative all'attribuzione delle responsabilità.

Un esempio aiuta a comprendere il problema. Immaginiamo un consumatore che desideri assicurare la propria abitazione contro il rischio di alluvione.

Se un intermediario gli propone una polizza che esclude proprio quel rischio, la sua condotta può essere valutata alla luce degli obblighi professionali che gravano sull'intermediario stesso.

Se invece il consumatore formula la medesima richiesta a un agente artificiale generalista e riceve l'indicazione di una copertura apparentemente conveniente ma inadatta alle proprie esigenze, il quadro si complica. Non è detto che possa essere chiamato a rispondere l'assicuratore, ove abbia adempiuto correttamente ai propri obblighi. Né è scontato che trovino applicazione le regole che disciplinano la distribuzione assicurativa.

Nel settore assicurativo questi temi assumono una particolare rilevanza.

L'individuazione delle esigenze del cliente costituisce infatti il fulcro della tutela assicurativa. L'articolo 119-ter del Codice delle assicurazioni private e il Regolamento IVASS n. 40 del 2018 impongono una valutazione concreta delle richieste e delle esigenze del contraente, della sua situazione personale, delle coperture esistenti e dei rischi da assicurare. Come ha recentemente chiarito anche l'Arbitro Assicurativo, una raccomandazione può dirsi realmente personalizzata soltanto quando è possibile ricostruire il percorso logico che ha condotto a quella conclusione.

Occorre inoltre interrogarsi sul ruolo del consumatore. Non gli si può chiedere di comprendere il funzionamento tecnico dell'algoritmo. Al tempo stesso, però, non si può ritenere che il semplice ricorso all'intelligenza artificiale sia sufficiente ad escludere ogni forma di responsabilità individuale.

L'opacità della delega algoritmica pone poi un'ulteriore questione. La fiducia riposta nell'agente artificiale dipende inevitabilmente dalla **qualità dell'ecosistema** nel quale esso opera.

Che cosa accade, allora, quando quell'ecosistema incorpora conflitti di interesse? Che cosa accade quando le preferenze del consumatore vengono indirizzate attraverso *dark patterns*? Che cosa accade quando una raccomandazione apparentemente personalizzata è in realtà orientata a favorire determinati operatori o prodotti?

Si potrebbe obiettare che problemi analoghi esistevano già nel mondo precedente all'intelligenza artificiale. La differenza è che il sistema tradizionale si fondava su soggetti identificabili e assoggettati a obblighi professionali, controlli e sanzioni. Nell'ecosistema digitale il rischio tende invece a distribuirsi lungo una filiera molto più articolata e meno immediatamente governabile.

Si tratta di temi sui quali la riflessione dell'IVASS è già avviata, anche grazie a collaborazioni accademiche e attività di ricerca. Penso, ad esempio, al progetto sviluppato con la LUISS sul ruolo dei dark patterns nei processi di conclusione dei contratti assicurativi e sulle implicazioni che tali fenomeni presentano alla luce degli insegnamenti dell'economia comportamentale.

Vi è infine un ultimo aspetto che merita attenzione. **Il consumatore** aumentato dall'intelligenza artificiale non è soltanto destinatario di rischi. Può divenire egli stesso **produttore di rischi**. Può contribuire involontariamente alla diffusione di dati personali, favorire fenomeni di furto di identità, propagare informazioni inesatte, causare danni economici a terzi, compromettere sistemi informatici o persino generare danni fisici attraverso dispositivi connessi.

La Ricerca di quest'anno, nel Capitolo dedicato alle assicurazioni, si interroga proprio sulla responsabilità civile derivante da questi fenomeni e sulle possibili soluzioni assicurative, fino a prospettare l'introduzione di forme di copertura obbligatoria per alcune categorie di danni causati dall'intelligenza artificiale.

Tuttavia, prima ancora di chiederci chi risponde delle decisioni dell'agente artificiale, dobbiamo chiederci come preservare l'autonomia del consumatore.

L'IVASS è pienamente consapevole che nessuna autorità può affrontare da sola queste trasformazioni che cambiano significativamente il mercato assicurativo. Il confronto con intermediari e imprese, la collaborazione con il mondo accademico e con le associazioni dei consumatori, nonché la cooperazione tra le diverse autorità di regolazione e vigilanza, costituiscono una condizione essenziale per provare a governare le sfide che ci pone.