



## Generali Italia

### Generali Italia e la Location Intelligence

La più grande realtà assicurativa italiana, nata nel 2013 dall'integrazione delle principali Compagnie del Gruppo Generali, Generali Italia ha una storia di eccellenza nello sviluppo e modernizzazione del mondo assicurativo. Offre prodotti con più prevenzione, servizi e tecnologia, per rispondere alle nuove priorità delle persone. La sua ambizione è essere Partner di Vita di clienti, agenti, dipendenti, stakeholder e comunità; lo fa diventando più innovativa, con soluzioni che si basano su IoT, Connected Insurance e Advanced Analytics, e rafforzando la natura sociale dell'assicuratore, attraverso lo sviluppo di progettualità su temi ad alto impatto sociale, come l'educazione, la cyber security e la diversity & inclusion.

L'esigenza di utilizzare le tecnologie geografiche è nata per internalizzare le competenze di Data Analytics che in passato venivano fornite da società di consulenza esterne. L'obiettivo era quello di far diventare Generali Italia una Data Driven Company attraverso la creazione di un centro di competenza e di eccellenza interno al servizio di tutto il perimetro nazionale. Il Team di Advanced Analytics supporta il business fornendo competenze strategiche; la Data Science è misura del vantaggio competitivo dell'azienda. Tra le nostre missioni vi è anche la diffusione della cultura del dato in tutta l'azienda. In questo panorama si inserisce lo sviluppo di una cultura GIS nell'analisi dei dati.

La sfida che ha accolto Generali Italia è stata quella di approfondire la cultura dei dati all'interno dei processi aziendali, introducendo l'utilizzo dei dati geografici, e di far sì che tutti i dati si intreccino con le operazioni e l'identità dell'organizzazione. Sulla sua Google Cloud Platform è stato creato un GIS Data Lake con la funzione di collettore di tutte le informazioni geografiche, che sono state messe a disposizione dei data scientist e data engineer, con il fine ultimo di condividere e democratizzare l'accesso alle informazioni stesse. È stata poi integrata su GCP, con l'aiuto di Jakala, un'architettura Esri ArcGIS Enterprise in Alta Affidabilità, per consentire un alto livello di operatività del sistema GIS in tutta l'azienda. Una volta create le fondamenta della cultura GIS, sono stati formati i colleghi di Advanced Analytics per l'utilizzo di strumenti desktop e web GIS quali ArcGIS Pro e, appunto, ArcGIS Enterprise; è stata così sviluppata una conoscenza sempre più capillare per fornire supporto adeguato alle diverse linee di business, come ad esempio la Rete Vendita di GI e quella di Alleanza Assicurazioni. In quest'ottica sono state sviluppate applicazioni GIS tramite Esri Web-App Builder, che mostrano la rete agenziale geolocalizzata sul territorio e i risultati di algoritmi di location intelligence che consentono di riorganizzare la rete stessa.

Fornendo a diversi rami aziendali le Web GIS Application, è stato democratizzato l'utilizzo delle informazioni geospaziali dell'azienda e, soprattutto, è stata data la possibilità ai colleghi di business di prendere decisioni progettuali, inserendo al loro interno anche l'analisi del dato geografico. Tramite gli strumenti Esri, è stato possibile esaminare la rete agenziale, visualizzandola su mappa e studiandola in un determinato contesto territoriale. L'utilizzo di algoritmi che tengono conto del dato geografico è stato il punto focale di una trasformazione e di un miglioramento dei processi sia decisionali sia operativi. Infatti, la Location Intelligence e la Data Science hanno migliorato i processi aziendali e hanno fornito supporto nello sviluppo e nella riorganizzazione della rete vendita della società della compagnia, come Generali Italia e Alleanza Assicurazioni.

## **Esri Stories - Generali**

vedi sul canale