

# lifeware assicurazioni fornite just-in-time

L'azienda di Bioggio è specializzata nello sviluppo di software per la gestione di polizze nel settore vita. Grazie al metodo giapponese la complessità della programmazione viene ridotta ai minimi termini

PRIX  
SVC  
FINALISTA 2017  
59.22754.86.424

Erica Lanzani

Il problema da risolvere era chiaro: i reparti aziendali di informatica a volte sono un Calderone che assorbe tantissima energia, ma l'output che ne esce rischia di essere inefficiente e non funzionale al business. Ne siamo qualcosa i collaboratori, che con le potenzialità e i limiti del computer devono convivere tutti i giorni. Chi non si è mai trovato ad impagare di fronte ad uno schermo improvvisamente blu? E soprattutto non sanno qualcosa di diritti dei grandi e piccole aziende, che dopo l'avvento di Internet hanno dovuto investire velocemente in questi progetti per adeguare i sistemi interni alla modernità che avanza. Nella maggior parte dei casi, questi progetti hanno però le fattezze del pachiderma: durano mesi, o anni, assorbono una fetta importante del budget per gli investimenti. È alla fine quando i sistemi sono finalmente pronti, c'è già una nuova tecnologia molto più avanzata per cui devono essere rimpiazzati con il prossimo progetto.

Per avere un buon controllo sulla qualità bisogna partire dai test, non dall'analisi

L'idea della Lifeware, un'azienda ticinese che sviluppa software per la gestione di prodotti assicurativi, promette di essere semplice e geniale allo stesso tempo. Come per le automobili, anche quando si costruiscono i programmi informatici si può applicare il metodo giapponese del just-in-time. Così facendo si riesce ad avere un controllo effettivo sulla qualità, si garantisce la massima efficienza, velocità di esecuzione, e soprattutto si evita di sviluppare applicazioni che costano e non saranno mai utilizzate.

Nella pratica tutto ciò viene ottenuto costruendo il sistema come un Lego, e testando ogni giorno ogni singolo pezzo per assicurarsi che funzioni al meglio. Ma facciamo un passo indietro. L'azienda oggi ha sede a Bioggio, in un edificio che all'interno ricorda molto Google per gli spazi colorati e creativi. In realtà è nata

venti anni fa come una spin-off di Credit Suisse, che agli inizi degli anni '90, per evitare il cartello delle grandi compagnie assicurative, aveva deciso di costruire internamente una sua offerta assicurativa per i clienti. «A quei tempi le banche erano molto effervescenti, con cantieri sempre aperti per innovare i sistemi interni e le piattaforme», racconta Massimo Arnoldi, tra i fondatori e oggi CEO della Lifeware. «Dopo ad ogni polizza ci nascondevano complicati calcoli di probabilità, che devono tener conto di elementi sempre variabili come le aspettative di vita, i tassi di interesse, le nuove regolamentazioni della Finma. I progetti per sviluppare questi software costavano milioni e poi magari restavano incompiuti. Così invece eravamo riusciti a ridurre al minimo la complessità informatica nel settore delle assicurazioni della banca, rivoluzionando in un paio d'anni».

La decisione di staccarsi e fondare Lifeware avvenne nel 1998, subito dopo l'acquisizione da parte di Credit Suisse del colosso assicurativo Winterthur.

Con un team relativamente piccolo, composto da 45 collaboratori (matematici, fisici, informatici) tra Bioggio, Zargo, Amburgo, e dall'omonimo Lussemburgo, la società gestisce oggi ben 850.000 polizze di assicurazione vita. I clienti sono una quindicina tra grandi gruppi assicurativi e bancari in tutta Europa. Con il metodo del just-in-time il primo vantaggio per il cliente è quello di avere velocemente un sistema integrato quando si vuole lanciare un nuovo prodotto. «I termini monetari invece era più difficile fare una stima del possibile risparmio di costo o aumenti delle vendite. Il linguaggio matematico si scontra spesso con quello dei dirigenti, più incentrato su budget e scenari». Da qui la seconda idea della Lifeware, cioè quella di vendere il software come un servizio, e far pagare ai clienti una commissione in base al numero delle polizze vendute. Questo permette ai clienti di rendere variabili dei costi che normalmente sono fissi e richiederebbero un alto investimento iniziale, oltre al vantaggio di avere un prodotto sempre aggiornato. Venendo alla messa in pratica, quando nasce l'idea di un nuovo prodotto assicurativo, anziché fare un'analisi dettagliata, per poi disegnare il programma informatico, implementarlo e testarlo, lo step iniziale è quello di costruire i controlli che poi saranno effettuati in gergo tecnico si tratta di «programmazione estrema».

«I test sono la saba segreta del sistema. Chi li utilizza (cioè l'azienda di assicurazioni o la banca), può darci un feedback immediato sugli eventuali problemi. Noi possiamo



meno è di più. Secondo la filosofia del mantenere le cose semplici, la Lifeware riesce a gestire 850.000 polizze con un team molto snello. Nella foto Massimo Arnoldi, CEO della società. (Foto Zschetti)

in Ticino sono presenti piccole e medie aziende di tutto rispetto, a volte estremamente competitive e in piena espansione e che meritano di essere sostenute. Lo Swiss venture Club (SVC) è un'associazione non profit indipendente di imprenditori per gli imprenditori, che si propone di sostenere e promuovere le PMI, forza motrice dell'economia svizzera, ogni anno organizza il prix SVC nella Svizzera italiana, un riconoscimento per le aziende più innovative del cantone: in questo modo SVC cerca di contribuire alla creazione e al mantenimento di posti di lavoro nel paese. La serata conclusiva con la premiazione del vincitore si terrà mercoledì 10 maggio al palazzo dei Congressi a Lugano.

non reagire subito e adattare il tiro a seconda delle reali necessità del cliente. E oggi non viene rilanciata una versione aggiornata che riscrive quella precedente».

«A ciò si aggiunge il vantaggio di non dover prevedere tutte le funzionalità che possono servire a priori. I servizi che si aggiungono che possono essere altri tipi di polizze, la contabilità integrata, nuove regole delle autorità di sorveglianza, vengono costruiti nel momento in cui si presenta una reale necessità. Mentre tutto quello che non serve viene eliminato per non appesantire il sistema. In altre parole è un po' la stessa differenza di metodo che c'è tra l'ultrapensare pesante e quello leggero».

Anche essere nati in Svizzera ha dato un grosso valore aggiunto: fin da subito il software è stato pensato per essere tradotto in molteplici lingue ed essere adattato a varie giurisdizioni fiscali, mentre ancora oggi i concorrenti più grossi basati in Europa offrono funzionalità più limitate.

Eppure, nonostante il successo confermato dai numeri c'è ancora molta diffidenza nei confronti del metodo di costruzione. «Una delle critiche principali che mi viene mossa», continua Massimo Arnoldi «è quella di utilizzare un linguaggio di programmazione che veniva utilizzato quarant'anni fa. In effetti in origine era stato

pensato per i bambini. Eppure dopo così tanti anni l'efficacia di questo metodo resta ancora altissima. In questi casi secondo me vale la legge darwiniana: se un linguaggio resiste alle mode che vanno e vengono nell'informatica e continua a rivelarsi il più efficiente, non c'è motivo di abbandonarlo. Scrivere programmi di solito è considerato un lavoro umile nel nostro campo, mentre per me è un'arte. Il software, lo dice la parola stessa, è un materiale malleabile. La semplicità per contro, come in qualsiasi ambito, contiene un'eleganza inimitabile, ma non è mai facile da raggiungere».

«E se guardiamo al futuro? Il futuro sono i giovani», risponde Massimo Arnoldi. Secondo il mantra della Lifeware la struttura aziendale è molto piatta, lo spazio di lavoro è aperto e non esistono riunioni aziendali strategiche, si discute tutto davanti ad un caffè. Inoltre tutti devono saper fare di tutto, e regolarmente si riformano i team assegnati a ciascun cliente. «Certo, se la squadra dovesse crescere con l'acquisizione di nuovi clienti, un'organizzazione del genere non sarebbe fisicamente più possibile. Ma anche a questo problema dedichiamo le energie necessarie quando si presenta. Proprio secondo il just-in-time».