

PRIMO PIANO

Truffe ai danni di Metlife

Il gruppo Metlife ha segnalato all'Ivass la commercializzazione di polizze fideiussorie contraffatte intestate a Metlife Europe Designated Activity Company e Metlife Europe Insurance Designated Activity Company, entrambe società del gruppo con sede legale in Irlanda e abilitate a operare in Italia in regime di stabilimento in alcuni rami vita e danni, ma non autorizzate all'attività di rilascio di polizze fideiussorie.

Le polizze contraffatte sono state offerte tramite Facebook, come condizione per l'erogazione di prestiti da Eurofinserve, una società di prestiti di Mondragone, in provincia di Caserta. Metlife ha precisato di essere totalmente estranea a questi illeciti e di non avere alcuna relazione commerciale con Eurofinserve, oltre che, naturalmente, di non offrire polizze fideiussorie senza averne l'autorizzazione. L'Ivass ha peraltro specificato che non risultano società autorizzate a esercitare in Italia attività di intermediazione assicurativa con la denominazione di Eurofinserve.

Il 12 febbraio scorso, l'Ivass aveva segnalato ben 12 siti irregolari che commercializzavano polizze Rc auto. I siti o i profili Facebook, o di altri social network, ricorda l'Autorità, devono essere sempre corredati di tutte le informazioni prescritte dalla disciplina in tema di intermediazione assicurativa.

Fabrizio Aurilia

INTERMEDIARI

Le agenzie al bivio dello sviluppo

Trovare nuove strade per crescere è la priorità che caratterizza la nuova fase del sistema distributivo del nostro Paese. Una sfida complessa per gli agenti che, in funzione del proprio orientamento strategico e della propria specificità, dovranno attivare leve che riguardano le subagenzie, i collaboratori, nuovi target di clientela, il mix di portafoglio e la tecnologia

Se si analizza l'evoluzione dello scenario distributivo italiano negli ultimi anni, è facile comprendere come le agenzie abbiano reagito alle forti criticità del mercato agendo soprattutto in ottica difensiva. Le dinamiche sono note: selezione competitiva, crescita di nuovi player, crollo dei premi auto, scarsa crescita sui rami elementari, riorganizzazioni e accorpamenti effetto, in buona misura, di una lunga stagione di fusioni che hanno riguardato alcune delle principali compagnie.

In questa fase, è stata la ricerca di efficienza la leva su cui le agenzie hanno puntato, per volontà o necessità, con maggiore impegno. Con risultati non sempre soddisfacenti: stando alle dichiarazioni fornite dai 3.300 agenti che hanno preso parte all'indagine 2019 di **Innovation Team** (*Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa e il punto di vista degli agenti*), ancora nel 2018 la percentuale di agenzie che sono riuscite a ridurre i costi rispetto all'anno precedente sono il 10,8% soltanto del totale, contro il 40,6% di agenzie che li ha visti crescere. Se è vero che la crescita dei costi può essere letta, per alcune realtà, come indicatore di sviluppo del business, è altrettanto vero che per molte agenzie la sfida della riduzione dei costi e del recupero di efficienza non è ancora vinta.

Se tuttavia, come dimostrano i dati, la fase più acuta della crisi del sistema è alle spalle, sembra oggi aprirsi per il sistema distributivo una nuova fase, caratterizzata dalla sfida dello sviluppo. Una sfida, tutt'altro che semplice e scontata, che passa dalla capacità delle agenzie di crescere sul mercato attivando le leve più opportune e funzionali alla propria specificità (dimensione, mix di portafoglio e clientela, geolocalizzazione) e al proprio orientamento strategico.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW È SU LINKEDIN

Segui la pagina



(continua da pag. 1)

Interrogati su quali fossero le opzioni strategiche preferite per il recupero di redditività nei prossimi anni, su una cosa gli agenti sembrano concordi: pochissimi (appena l'8,9%) ritengono che l'opzione migliore sia mantenere il modello attuale. Più del 90% ritiene invece di dover cambiare, e qui le opinioni espresse dagli agenti sono evidentemente molto differenziate.

LA CENTRALITÀ DELLE RETI SECONDARIE

L'opzione che riscuote maggior successo, indicata dal 46,2% degli agenti (erano possibili fino a tre risposte), è l'ampliamento della rete di vendita per sviluppare il business. Non solo però la crescita numerica: un ulteriore 27,8% di agenti vede come prioritario riorganizzare la rete esistente (a livello di mansioni, remunerazioni...) e il 16,3% considera fondamentale lavorare soprattutto sulle verticalità, inserendo e formando specialisti per sviluppare capacità di mercato su specifiche aree di business poco coperte. D'altra parte, quanto sia centrale per le agenzie il tema della gestione delle sottoreti (e della concorrenza per i subagenti), è confermata da un altro dato: nel solo ultimo anno, un'agenzia su quattro ha inserito subagenti, e una su sei ne ha persi.

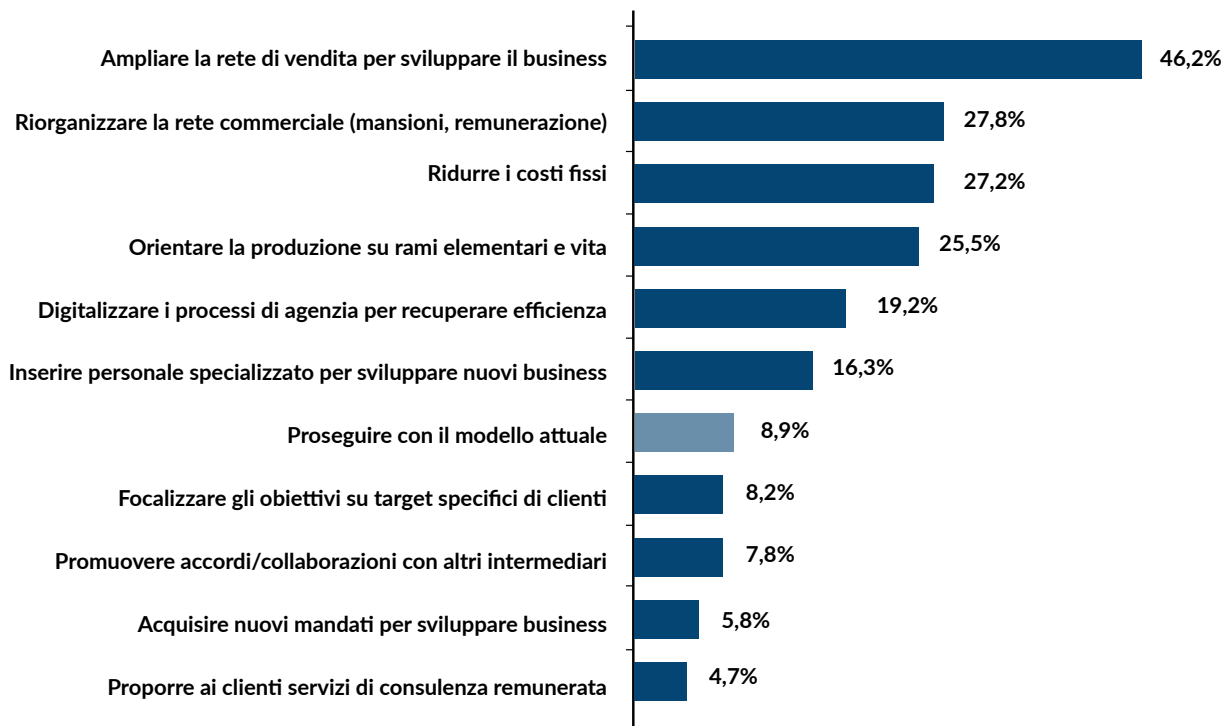
LE POSSIBILI SCELTE PER LA CRESCITA

Un quarto delle agenzie ritiene invece prioritario riequilibrare il mix di portafoglio, orientandolo su rami elementari e vita, e riducendo la dipendenza dal motor; è questa forse la sfida più grande dei prossimi anni, per agenzie e compagnie: la capacità di attaccare gli ampi spazi di crescita determinati da un mercato ancora largamente sottodimensionato, quello delle famiglie senza altre assicurazioni se non quelle obbligatorie.

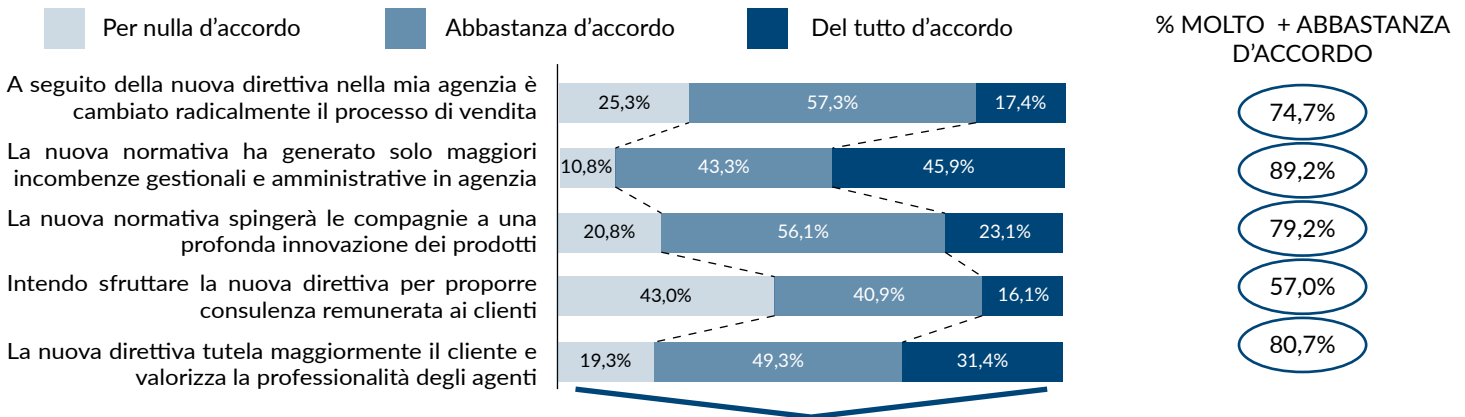
Altri agenti considerano invece prioritario lavorare soprattutto sul versante dei costi: il 27,2% indica la riduzione dei costi come priorità strategica per i prossimi anni, un ulteriore 19,2% vede nella digitalizzazione dei processi di agenzia la strada maestra per riguadagnare efficienza.

(continua a pag. 3)

Alla luce della situazione attuale della sua agenzia e dell'evoluzione del mercato, quale pensa sia la priorità per sostenerne la redditività nei prossimi anni? - % agenti, possibili fino a 3 risposte



Negli ultimi mesi è entrata in vigore la nuova direttiva sull'intermediazione assicurativa (Idd). Quanto è d'accordo con queste affermazioni? - % agenti



Fonte: "Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti", Innovation Team 2019

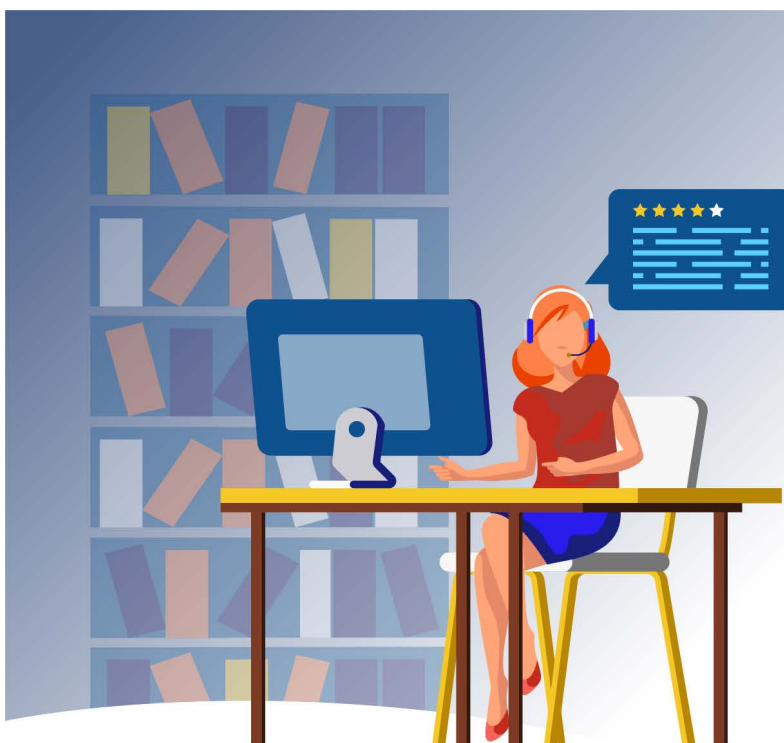
(continua da pag. 2)

Le altre opzioni indicate raccolgono invece meno consensi: l'utilizzo strategico di accordi e collaborazioni con altri intermediari (7,8%, segno che tali strumenti sono attivati soprattutto su casi individuali e/o specifiche aree di business), la focalizzazione su target specifici di clientela (8,2%), la proposta al cliente di servizi di consulenza remunerata, introdotti per la prima volta dalla Idd (4,2%).

IDD: NULLA È CAMBIATO?

Quest'ultima considerazione invita a un approfondimento, quello sull'impatto della nuova normativa, che si pone anch'essa come potenziale elemento di discontinuità per l'evoluzione del sistema agenziale. Qual è a oggi la percezione degli agenti degli effetti della nuova normativa, a un anno dalla sua entrata in vigore?

(continua a pag. 4)



SCENDIAMO IN CAMPO INSIEME
**PER TUTELARE
 GLI INTERESSI**
 DEGLI AGENTI DI ASSICURAZIONE

ISCRIVITI

RINNOVA



(continua da pag. 3)

Se si guarda ai dati, pare che fin qui gli agenti abbiano identificato la Idd soprattutto con i maggiori carichi sull'operatività di agenzia: il 45,9% degli agenti intervistati è del tutto d'accordo con l'affermazione che questa abbia solo generato nuove incombenze gestionali e amministrative, un ulteriore 43,3% è abbastanza concorde, per un totale che sfiora il 90%. Di contro, è piuttosto diffusa l'idea che la nuova normativa tuteli maggiormente il cliente valorizzando al contempo la professionalità dell'agente (31,4% pienamente d'accordo + 49,3% abbastanza).

L'impatto della Idd sul modello di vendita al cliente è sì percepito, ma in maniera piuttosto sfumata: solo il 17,4% dichiara di averlo cambiato radicalmente a seguito dell'entrata in vigore della normativa. Visione interlocutoria anche sui potenziali effetti sull'offerta delle compagnie: il 23,1% ritiene che con la Idd si aprirà una fase di profonda innovazione dell'offerta, ma il 56,1% prevede un impatto non così radicale.

Infine, nonostante il risalto che ha avuto questo tema negli anni, si conferma un certo scetticismo sulla consulenza remunerata, almeno per la maggioranza delle agenzie: solo il 16,1% è del tutto d'accordo con l'idea di proporre tale modello, a fronte di un 43% che esclude completamente tale possibilità.

Quale e quali modelli risulteranno vincenti, davanti alle sfide dei prossimi anni?

Daniele Cirelli,

senior researcher di Innovation Team
– Cerved Company

COMPAGNIE

Berkshire Hathaway, le assicurazioni deludono

Nell'anno dei record per la holding di Warren Buffett, il settore delle polizze perde terreno e chiude il 2019 con un utile netto di (appena) 325 milioni di dollari

Il 2019 è stato un ottimo anno per la **Berkshire Hathaway**. La holding di **Warren Buffett** ha chiuso l'esercizio con un utile netto al nuovo massimo storico di 81,42 miliardi di dollari, quasi il doppio del precedente massimo storico di 44,94 miliardi che si era registrato nel 2017. Eppure, anche in un anno così straordinario, le ombre non mancano. E risiedono principalmente nel settore delle assicurazioni.

Le attività di sottoscrizione della divisione assicurativa della holding hanno chiuso il 2019 con un utile netto di 325 milioni di dollari, in deciso calo rispetto agli 1,6 miliardi di dollari dell'anno precedente. A pesare è soprattutto la perdita da 1,5 miliardi di dollari fatta registrare da **Berkshire Hathaway Reinsurance Group**, che annulla quasi completamente i guadagni realizzati da **Geico** e **Berkshire Hathaway Primary Group**. Appesantiscono il bilancio soprattutto le perdite da 800 milioni di dollari dovute a catastrofi di grandi dimensioni, fra cui si contano principalmente i tifoni Faxia e Hagibis e gli incendi boschivi avvenuti in Australia e California. Decisamente positivi, invece, i profitti dopo le tasse registrati nel settore degli investimenti assicurativi, cresciuti del 21,4% su base annua.

Nonostante il calo, per la divisione assicurativa di Berkshire Hathaway si tratta del sedicesimo anno in territorio positivo negli ultimi diciassette: l'unica eccezione è datata 2017, quando il settore chiuse l'annata con una perdita 3,2 miliardi di dollari. Nel periodo considerato la divisione ha registrato complessivamente un utile pre-imposte di 27,5 miliardi di dollari. "Questo record non è casuale", ha commentato l'oracolo di Omaha. "La disciplina nella valutazione del rischio – ha proseguito – è l'obiettivo quotidiano dei nostri manager assicurativi, ben consapevoli che la valorizzazione delle riserve può essere annullata da scarsi risultati nella fase di sottoscrizione. Per tutti gli assicuratori – ha chiosato – si tratta di un semplice proposito: alla Berkshire Hathaway è una religione, come nel Vecchio Testamento".



Warren Buffett

Giacomo Corvi

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 25 febbraio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

2 APRILE 2020 | 9:00 - 16:00

StarHotels Business Palace | Via Gaggia, 3 - Milano



SESSIONE PLENARIA

Semplificazione, servizio, customer experience: i pilastri della nuova assicurazione

La personalizzazione della relazione con il cliente è la chiave di volta per la trasformazione dell'industria assicurativa. Innovazione significa intervenire sulla struttura del prodotto assicurativo e sulla capacità di individuare esigenze assicurative e profili di rischio, moltiplicando i punti di contatto con i clienti e le occasioni di bisogno e utilizzo di coperture. L'assicurazione trova dunque affermazione grazie alle molteplici applicazioni della tecnologia e a strategie che puntano all'agilità del settore a favore di nuova concezione dell'offerta, di modelli organizzativi più efficienti e di una maggiore capacità distributiva. L'obiettivo, anche attraverso lo sviluppo di ecosistemi e partnership diversificate, è accompagnare cittadini e imprese verso una concreta vicinanza al concetto di protezione nella vita quotidiana, per la salute e per il proprio futuro.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

- | | | |
|---------------|---|--|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | SEMPLIFICAZIONE, SERVIZIO, CUSTOMER EXPERIENCE: I PILASTRI DELLA NUOVA ASSICURAZIONE
<i>Enea Dallaglio, partner di Mbs Consulting</i> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | STRATEGIE PER LA TRASFORMAZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA
<i>Maurizio Capiello, amministratore delegato di Poste Assicura e direttore generale di Poste Vita</i>
<i>Umberto Guidoni, direttore business di Ania</i>
<i>Valter Trevisani, direttore generale di Cattolica Assicurazioni</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | DALLA TECNOLOGIA ALLA COMPETITIVITÀ SUL MERCATO
<i>Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire</i> |
| 10.30 – 10.50 | ▶ | L'OFFERTA ASSICURATIVA E IL PARADIGMA DELLA SEMPLICITÀ
<i>Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan</i>
<i>Daniela Mariani, capo della Divisione Vigilanza Prodotti del servizio Vigilanza condotta di mercato di Ivass</i> |
| 10.50 – 11.10 | ▶ | SCENARI E SOLUZIONI PER L'EVOLUZIONE DEL RISCHIO |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

Main sponsor



Official sponsor



Light sponsor



SESSIONE PARALLELA

MATTINO 11:30 - 13:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

2 APRILE 2020 | 9:00 - 16:00

StarHotels Business Palace

Via Gaggia, 3 - Milano

INFORMAZIONI, PROCESSI E DIGITALIZZAZIONE: LE LEVE PER LA BUSINESS TRANSFORMATION

Tecnologie per l'assicurazione agile: come trasformare l'industria assicurativa attraverso la valorizzazione delle informazioni, la razionalizzazione dei processi e l'integrazione dei sistemi. Quali soluzioni possibili grazie a big data, cloud computing, machine learning e intelligenza artificiale?

11:30 - 12:30 – **Tavola Rotonda Modera:** Piero Gancia, partner di McKinsey e responsabile per il settore assicurativo del Mediterraneo

- Francesco Mastrandrea, cio di Groupama Assicurazioni
- Elisabeth Cellie, direttore sviluppo offerta clienti del gruppo Assimoco
- Fabio Pittana, coo e responsabile canale digitale di Net Insurance
- Luigi Vassallo, direttore It & Digital Transformation di Sara Assicurazioni

12:30 - 12:45 – Conclusioni a cura di McKinsey

12:45 - 13:00 – Q&A

PRODOTTO E CANALE AGENZIALE

Presentazione della ricerca realizzata da Innovation Team sulle reti agenziali. Analisi della capacità di innovazione dell'offerta assicurativa e delle potenzialità/problematiche distributive, delle opportunità per lo sviluppo del business in agenzia e delle evidenze sul ruolo della tecnologia e della digitalizzazione.

11:30 - 11:50 – Intervento a cura di Andrea Scarabelli, ceo di First Point

11:50 - 12:10 – Presentazione della ricerca "Innovazione dell'offerta e dei modelli di vendita in agenzia" a cura di Fabio Orsi, partner di Innovation Team, Mbs Consulting

12:10 - 12:40 – **Tavola Rotonda Modera:** Fabio Orsi

- Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione Agenti Axa
- Jean François Mossino, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati
- Massimo Uncini, presidente del gruppo Agenti Italiana Assicurazioni

12:40 - 13:00 – Le esperienze eccellenti:

Luigi Madonia, agente Allianz di Palermo; Matteo Comi, agente Axa di Varese; Francesco Carpenè agente Italiana di Treviso; Stefano Querinuozzi, agente plurimandatario di Gorizia; Cesare Aiardi, agente UnipolSai di Brescia; Enrico La Pergola, agente Helvetia di Novara

DAL CONTRATTO STATICO AL CONTRATTO DINAMICO

Semplificazione, chiarezza e immediatezza sono i pilastri su cui strutturare un nuovo concetto di prodotto assicurativo: semplice, modulabile e da proporre al cliente attraverso diversificate modalità distributive, dall'Instant Insurance alla Gdo, dalle flotte aziendali al car sharing.

11:30 - 12:30 – **Tavola Rotonda Modera:** Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan

- Andrea Bonomini, dirigente responsabile ufficio legale e reclami del gruppo Cattolica
- Loris Marzini, responsabile prodotti retail e portafoglio di Poste Assicura
- Gianpiero Mosca, consigliere di amministrazione di Aon Benfield

12:30 - 12:45 – Conclusioni a cura dello studio legale Taurini-Hazan

12:45 - 13:00 – Q&A



SESSIONE PARALLELA

MATTINO 11:30 - 13:00



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

2 APRILE 2020 | 9:00 - 16:00

StarHotels Business Palace

Via Gaggia, 3 - Milano

■ GESTIONE SINISTRI AUTO: COME CAMBIA IL SERVIZIO AL CLIENTE

La gestione dei sinistri auto è il banco di prova per la verifica della qualità del servizio al cliente. Digitalizzazione, app, tempestività di intervento e videoperizie: tra tecnologia, revisione dei processi e contatto diretto con il cliente, il settore assicurativo punta a trasformare la propria fisionomia in un business che resta strategico per l'industria.

11:30 - 11:50 – Intervento a cura di GFT

11:50 - 12:45 – **Tavola Rotonda** Modera: *Daniele Di Maio, responsabile Innovation and Strategy per Transformation Consulting, Capgemini Italia*

– *Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua*

– *Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Amissima*

– *Luca Tavecchia, responsabile claims support di Generali Italia*

12:45 - 13:00 – Conclusioni a cura di Capgemini

■ ECOSISTEMA E START UP, UNA LEVA PER L'INNOVAZIONE

L'open innovation e la creazione di ecosistemi come terreno su cui moltiplicare le opportunità di innovazione per il settore assicurativo, la capacità di proporre servizi integrati e la value proposition per il cliente.

11:30 - 11:50 – Intervento a cura di G2 Startups

11:50 - 12:10 – Intervento a cura di Vittoria Hub

12:10 - 12:50 – Tavola Rotonda con il coinvolgimento di alcune startup

12:50 - 13:00 – Conclusioni



SESSIONE PARALLELA

POMERIGGIO 14:30 - 16:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

2 APRILE 2020 | 9:00 - 16:00

StarHotels Business Palace

Via Gaggia, 3 - Milano

STRATEGIE, TECNOLOGIE E POLITICHE COMMERCIALI PER LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE

La trasformazione dell'industria assicurativa parte dalla necessità di rivedere la capacità di relazionarsi con il cliente in un'ottica di omnicanalità e di personalizzazione del contatto. Offrire strumenti, tecnologie e contenuti per arricchire la customer experience significa disporre di informazioni adeguate e personalizzate da valorizzare su più canali.

14:30 - 14:50 – Intervento a cura di GFT

14:50 - 15:45 – **Tavola Rotonda** Modera: *Gianmaria Trapassi, partner Deloitte Digital IT*

– *Marco Brachini, direttore marketing, brand e customer relationship di Sara Assicurazioni*

– *Luca Colombano, direttore centrale di Italiana Assicurazioni*

– *Letizia D'Abbondanza, chief customer officer di Axa Assicurazioni*

– *Roberta Marracino, head of innovation & market management di Zurich Italia*

15:45 - 16:00 – Conclusioni a cura di Deloitte

L'EVOLUZIONE DEL RAMO SALUTE

Il servizio e l'assistenza al cliente, la capacità di individuarne i bisogni in un'ottica di protezione nella vita quotidiana sono amplificate dalle potenzialità della tecnologia e dei device oggi a disposizione dei cittadini. Opportunità, sviluppi e capacità di applicazione (e di distribuzione) del prodotto e del servizio assicurativo.

14:30 - 14:50 – Intervento a cura di Everis

14:50 - 15:50 – **Tavola Rotonda** Modera: *Stefano Cazzaniga, partner e director della practice health care di Boston Consulting Group*

– *Maurizio Cortese, ceo di Intesa Sanpaolo Smartcare*

– *Giovanna Gigliotti, amministratore delegato di UniSalute*

– *Marco Giovannini, head of business development, sales, product & marketing di Generali Welion*

– *Marco Mazzucco, direttore generale di Blue Assistance*

15:50 - 16:00 – Conclusioni a cura di Boston Consulting Group

AZIENDE, ASSICURATORI, PERITI E INTERMEDIARI: LA GESTIONE DEI RISCHI E DEI SINISTRI, TRA PARTNERSHIP E TECNOLOGIA

La collaborazione fra i diversi attori coinvolti nella gestione di un sinistro è un valore aggiunto per la qualità del servizio al cliente e per trarre insegnamento dall'esperienza dell'evento dannoso. In tale contesto, sempre più importanza assumono la specializzazione della filiera liquidativa, la tempestività di intervento, le tecnologie a disposizione.

14:30 - 15:50 – **Tavola rotonda** Modera: *Marco Valle, ad di Marco Valle Srl, vice presidente di Aipai, vice presidente di Cineas area tecnica periti*

– *Massimo Bellesso, responsabile acquisti e gestione contratti assicurativi del gruppo Eurovo*

– *Lorenzo Bizio, responsabile sinistri property di Generali Italia*

– *Sara Ferrareso, Generali Italia*

– *Ireno Claudio Lionello, socio titolare del gruppo Eurovo*

– *Davide Magnani, cfo del gruppo Eurovo*

– *Marco Rubin, consulente tecnico del gruppo Eurovo*

– *Sergio Ramorino, perito incaricato dal gruppo Eurovo*

– *Acb*

– *Aon**

15:50 - 16:00 – Conclusioni a cura di Aipai



*Invitato a partecipare

SESSIONE PARALLELA

POMERIGGIO 14:30 - 16:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

2 APRILE 2020 | 9:00 - 16:00

StarHotels Business Palace

Via Gaggia, 3 - Milano

L'INNOVAZIONE NELL'RC AUTO

La tecnologia applicata all'Rc auto ha un ruolo fondamentale per esprimere l'evoluzione della mobilità, le potenzialità delle auto connesse e la definizione di nuove responsabilità e profili di rischio. Tra bisogno di personalizzazione della relazione con il cliente, analisi degli stili di guida e offerte basate sul servizio, la capacità di valutare le informazioni rappresenta la chiave di volta per l'industria assicurativa.

14:30 - 14:50 – Intervento a cura di Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics

14:50 - 15:50 – **Tavola Rotonda** Modera: Roberto Bosisio, partner di Boston Consulting Group

– Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistenza Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai

– Tomaso Mansutti, ceo di Mansutti

– Pedro Bernardo Santos, direttore generale di G-Evolution

– Generali Jeniot*

15:50 - 16:00 – Conclusioni a cura di Boston Consulting Group

SOLUZIONI PER LA PROTEZIONE DEL CLIENTE: UNA SFIDA PER L'INTERMEDIARIO DEL FUTURO

Consulenza, semplificazione, specializzazione: come riuscire a incontrare le esigenze di individui, famiglie e aziende, tra nuovi rischi, tecnologia e garanzie aggiuntive

14:30 - 15:30 – **Tavola Rotonda** Modera: Massimo Michaud, presidente di Cineas

– Roberto Conforti, presidente di Uea

– Luca Franzi de Luca, presidente di Aiba

– Luigi Viganotti, presidente di Acb

15:30 - 16:00 – Conclusioni a cura di Massimo Michaud

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

A CHI SI RIVOLGE

Compagnie di assicurazione – Banche – Intermediari Collaboratori – Periti – Associazioni di categoria

- Responsabili comunicazione
- Responsabili marketing
- Responsabili commerciale
- Responsabili area innovazione/telematica

- Responsabili IT
- Head of digital
- Responsabili organizzazione
- Responsabili operations
- Responsabili customer analytics

- Responsabili rami vita e danni
- Direttore tecnico auto
- Underwriting
- Responsabile attuarato
- Responsabili fiduciari e processi organizzativi



*Invitato a partecipare