

PRIMO PIANO

PartnerRe, Covéa non compra più

L'accordo miliardario è saltato. Covéa non acquisterà più PartnerRe da Exor. Il gruppo assicurativo francese si è tirato indietro, e ha comunicato alla finanziaria della famiglia Agnelli la rinuncia a concludere l'operazione. In una nota, il gruppo assicurativo francese ha spiegato che "alla luce delle attuali condizioni senza precedenti e delle grandi incertezze che pesano sulle prospettive economiche mondiali, Covéa ha fatto sapere a Exor che il contesto non permette di realizzare il progetto di acquisizione di PartnerRe secondo i termini inizialmente concordati". Questo farà scattare penali in capo a Covéa per il mancato rispetto del memorandum of understanding. I dettagli finanziari dell'accordo non sono stati resi noti ma si parla di decine di milioni di dollari.

Exor aveva trovato un'intesa con il gruppo francese Covéa per vendere la società di riassicurazione con sede alle Bermuda per 9 miliardi di dollari. PartnerRe, controllata al 100% dalla holding della famiglia Agnelli, era stata acquistata a circa 6 miliardi di dollari. Dopo aver siglato il memorandum of understanding, che definiva le condizioni per la vendita, stando a quanto riportano diverse agenzie stampa, Covéa ha cercato di trattare sul prezzo alla luce dell'esplosione della pandemia da Covid-19. Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

NORMATIVA

Riflessioni sull'Insurtech in Italia

Lo sviluppo di un settore assicurativo digitale nazionale trova ad oggi ancora dei vincoli legati anche a una normativa non completamente adeguata. L'Italian Insurtech Association nasce per creare una condivisione tra i molti attori coinvolti in un settore che sarà strategico

Dati alla mano, nell'arco degli ultimi anni il mercato dell'insurtech in Europa sta conoscendo un'espansione che inizia a essere non trascurabile, destinata, secondo le previsioni degli osservatori del fenomeno, a incrementarsi ulteriormente nel prossimo decennio. Si consideri, a titolo esemplificativo, che si stima che entro il 2030 il 30% dei contratti assicurativi potrebbero essere interamente digitalizzati, contro il 2% attuale.

Certo alla luce della contenuta attuale diffusione del fenomeno, non sorprende che oggi appena il 17% dei clienti assicurativi in Italia faccia uso di smart device connessi all'assicurazione sottoscritta (ad esempio, la scatola nera) e che solo il 15% utilizzi o abbia utilizzato assicurazioni app-only, forse anche in considerazione del fatto che una limitata percentuale di clienti ha affermato sinora di gradire la qualità del servizio digitale offerto dal proprio assicuratore¹.

Confrontando tali dati con le rilevazioni dell'Osservatorio FinTech e InsurTech del Politecnico di Milano, secondo cui in Italia, ad esempio, 9 clienti su 10 hanno dimostrato predisposizione ad avvalersi di assicurazioni di tipo on demand, emerge, da un lato, l'esistenza di una domanda crescente di servizi assicurativi fondati sull'utilizzo di nuove tecnologie e, dall'altro lato, un certo ritardo di buona parte dell'industria assicurativa rispetto alla domanda medesima, così come rispetto alle evoluzioni tecnologiche che hanno caratterizzato altri mercati.

L'OSTACOLO DI UNA NORMATIVA INSUFFICIENTE

Se è pur vero che tale ritardo risulta anche essere il frutto del lento processo con cui gli operatori assicurativi tradizionali si stanno avvalendo delle nuove tecnologie al fine di innovare l'offerta, è parimenti innegabile che la normativa e la regolamentazione di riferimento (assicurativa e non), al netto di qualche passo in avanti registrato negli ultimi periodi, non risultano sinora a uno stadio sufficientemente avanzato da consentire un effettivo sviluppo di un moderno ecosistema insurtech.

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

(continua da pag. 1)

In tale contesto, apparendo dubbio che le lodevoli ed embrionali iniziative legislative e regolamentari in tema di smart contract e sandbox possano apportare significativi miglioramenti a breve rispetto all'utilizzo di nuove tecnologie in ambito assicurativo, risulta opportuno intensificare gli sforzi nel pensare i nuovi contesti dell'insurtech (in chiave di comparazione europea, si considerino in tal senso quanto successo con la direttiva Psd2 in tema di pagamenti) e del quadro normativo di riferimento.

Se davvero s'intende favorire lo sviluppo di un mercato Insurtech in Italia e una digitalizzazione delle operazioni e dei processi, il contesto normativo deve caratterizzarsi per una regolamentazione chiara e con elementi effettivi di semplificazione e certezza. Regole che sappiano descrivere e normare, ma che presuppongono l'aver osservato e capito il fenomeno, solo così il legislatore e le Vigilanze di settore possono accompagnare la crescita del settore.

COME "FIRMARE" LE POLIZZE

In materia di collocamento e gestione a distanza dei prodotti assicurativi, ad esempio, le tematiche su cui più si avverte la necessità di una precisa regolamentazione ineriscono alla semplificazione dei processi di firma digitale quantomeno per i prodotti meno complessi e meno rischiosi (si pensi alle polizze danni più comuni e alla possibilità di distribuirle a distanza tramite utilizzo delle modalità *point and click* diffuse all'estero, ma in Italia non normate nel settore assicurativo), nonché ai processi di identificazione a distanza della clientela. Basti pensare, sul punto, alle difficoltà operative che gli attori di mercato stanno fronteggiando nell'ambito dell'attuale contesto di crisi derivante dalla diffusione del Covid-19 a raggiungere la propria clientela. Attualmente l'utilizzo di firme elettroniche si scontra con una disciplina rigida contenuta nelle disposizioni in tema di firma digitale, qualificata e avanzata (cfr. il Regolamento Ivass 40/18, art. 62), caratterizzate da elevati costi di implementazione e scarsa duttilità.

Analogamente il riconoscimento a distanza del cliente tramite modalità comuni e condivise, riconosciute dalla regolamentazione di settore, diverrebbe elemento chiave nell'ambito del processo distributivo digitalizzato, consentendo una maggiore certezza e celerità delle operazioni, con ricadute positive anche per i clienti quanto a sicurezza nell'identificazione, nei processi antiriciclaggio e nella reperibilità della documentazione, così come, nell'ambito della gestione del post-vendita, nella gestione e liquidazione dei sinistri.

In tal senso sarebbe opportuno lo sviluppo di aree test per valutare l'utilizzo del sistema Spid per l'identificazione del cliente anche nel settore assicurativo e/o un'analisi condivisa a livello di sistema di eventuali altre valide possibilità di univocità nel processo di identificazione del cliente. In altri termini, il Sistema pubblico per l'identità digitale (appunto lo Spid), in merito al quale l'**Agenzia per l'Italia Digitale** ha recentemente adottato le regole tecniche in tema di predisposizione e consenso alla sottoscrizione del documento informatico, nonché ai requisiti tecnici relativi al medesimo, può divenire un terreno condiviso di sperimentazione anche per il settore assicurativo.

(continua a pag. 3)

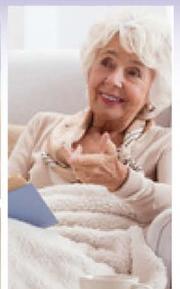


SOCIETÀ E RISCHIO
L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



(continua da pag. 2)

ATTORI DI UNA VIA ITALIANA ALL'INSURTECH

Ulteriore tema di rilievo tra i tanti in ambito insurtech concerne il trasferimento dei dati tra gli attori della filiera assicurativa; sul punto, pur non riscontrandosi una effettiva esigenza di fissazione di standard tecnologici in tale ambito, risulta in ogni caso opportuno che gli stakeholder del mercato definiscano, eventualmente di concerto con le autorità di settore e in una logica di best practice, un insieme di regole, anche tecnologiche, sulla modalità di trasmissione, condivisione e archiviazione dei dati e dei flussi informativi tra i diversi soggetti della filiera assicurativa, prescindendo dalle tecnologie specifiche utilizzate, anche ai fini della efficiente condivisione degli stessi.

Alla luce delle considerazioni preliminari svolte, della futura crescita prevista per il settore e, in aggiunta, dalla esigenza di accelerare lo sviluppo della digitalizzazione delle operazioni (anche oltre il momento di emergenza che stiamo vivendo a causa dell'epidemia Covid19), emerge come nella prossima decade il tema della creazione di un efficiente ecosistema insurtech si porrà in primo piano anche in Italia. Sperando di non trovarci a inseguire fenomeni che vengano solo da "altrove", ma essere in quanto sistema assicurativo italiano pronti a divenire attori di tale cambiamento o quantomeno "sperimentatori attivi e propositivi".

Per realizzare tale obiettivo è fondamentale, ad avviso di chi scrive, ricercare e sperimentare soluzioni e approcci tramite le opportune concertazioni tra autorità pubbliche competenti (autorità di vigilanza e ministero dell'innovazione) e gli attori della filiera assicurativa e dell'innovazione tecnologica.

Per queste ragioni di promozione e sensibilizzazione è nata l'**Italian Insurtech Association** (<https://www.insurtechitaly.it/>) e come associazione intendiamo promuovere il dibattito, la ricerca, la cultura dell'Insurtech in Italia e ogni altro profilo di valutazione, sperimentazione, proposta.

Perché Italian Insurtech Association vuole qualificarsi come luogo di incontro, confronto, scoperta e, perché no, di sfida per chi ritiene che l'Insurtech non sia una moda, un aspetto di puro nominalismo, ma una vera opportunità per tutto il settore assicurativo italiano.

Avv. **Andrea Polizzi**,

D'Argenio Polizzi e Associati Studio legale, Membro del Consiglio Direttivo di Italian Insurtech Association

1 Stando ai dati più aggiornati il 2019 è stato un anno record per l'insurtech con 6,8 miliardi investiti nel mondo attraverso 250 operazioni (+62% rispetto ai 2,6 miliardi rispetto al 2018), ma in Europa sono stati investiti solo 897 milioni. L'Italia, negli ultimi tre anni, ha assorbito meno del 5% del totale investito in Europa.

RICERCHE

L'universo femminile e la sua rappresentazione

È questo il vasto tema indagato dall'osservatorio Trend Movers, curato da Verti e Doxa

"Impegno, dinamicità, capacità, determinazione, coraggio e ricerca della propria autorealizzazione, dell'espressione più autentica dell'individualità e identità sociale". Sono queste le parole chiave che definiscono l'universo femminile contemporaneo secondo Trend Movers, l'osservatorio di Verti e Doxa nato per indagare i trend del futuro che hanno radici nel presente. Il nuovo studio ha messo sotto la lente d'ingrandimento l'evoluzione del ruolo e della presenza della donna nella nostra società.

Dopo la donna in carriera degli anni Ottanta, quella trasgressiva degli anni Novanta e la *alphanom*, cioè donna-madre multitasking dei primi anni Duemila, "che trova la quadratura del cerchio tra lavoro e famiglia", spiega l'osservatorio, "è interessante ora capire verso quali modelli ci si stia orientando e come stia cambiando la comunicazione dell'universo femminile".

Il tratto distintivo della donna oggi, scrivono gli autori dello studio, è l'autoironia: "le donne – si legge nella nota – non hanno più paura di mettersi a nudo, raccontano le loro debolezze, manie, ossessioni, imperfezioni fisiche e fatiche quotidiane e non esitano a chiedere aiuto per i problemi quotidiani, soprattutto nei blog, sui social, nelle chat con le amiche e nei forum, e lo fanno con leggerezza e autoironia".

Secondo la ricerca di Verti e Doxa, lo storytelling iconografico del femminile è "la via maestra per affermare l'unicità delle donne": ancora oggi la donna combatte contro una rappresentazione stereotipata che si riflette in un certo tipo di pubblicitaria o sui social network. "È una narrativa – dice l'osservatorio – ancora tutta da delineare per costruire un immaginario collettivo capace di accogliere una nuova idea di donna".

Ma non è semplice costruire questo nuovo storytelling inclusivo, giacché nella cultura contemporanea persistono pregiudizi, credenze e posizioni mortificanti della differenza di genere e dei molteplici status femminili. Ma il futuro appare sempre più nelle mani delle donne poiché, conclude l'osservatorio, negli ultimi 30 anni le donne hanno occupato due nuovi posti di lavoro su tre, accrescendo l'autonomia sociale e il potere d'acquisto, cose che le hanno rese più capaci di autodeterminarsi.

Fabrizio Aurilia

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 13 maggio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

IC INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2020

11 GIUGNO 2020 | 9:30 - 16:00



CONVEGNO ON LINE
IN DIRETTA WEB



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 | ▶ | <p>SEMPLIFICAZIONE, SERVIZIO, CUSTOMER EXPERIENCE: I PILASTRI DELLA NUOVA ASSICURAZIONE
<i>Enea Dallaglio, partner di Mbs Consulting</i></p> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | <p>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></p> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | <p>DALLA TECNOLOGIA ALLA COMPETITIVITÀ SUL MERCATO
<i>Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire</i></p> |
| 10.30 – 10.50 | ▶ | <p>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></p> |
| 10.50 – 11.10 | ▶ | <p>SCENARI E SOLUZIONI PER L'EVOLUZIONE DEL RISCHIO
<i>Giuseppe Dosi, head of insurance di Crif</i></p> |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | <p>COFFEE BREAK</p> |

Main sponsor



Light sponsor



SESSIONE PARALLELA

MATTINO 11:30 - 13:00

 **INSURANCE CONNECT
INNOVATION SUMMIT 2020**

11 GIUGNO 2020 | 9:30 - 16:00

CONVEGNO ON LINE

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*
- *Fabio Pittana, coo e responsabile canale digitale di Net Insurance*
- *Daniilo Ughetto, direttore ict operations del gruppo Assimoco*
- *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 - 11:40 – Intervento a cura di Andrea Scarabelli, ceo di First Point

11:40 - 12:00 – Presentazione della ricerca "Innovazione dell'offerta e dei modelli di vendita in agenzia"
a cura di Fabio Orsi, partner di Innovation Team, Mbs Consulting

12:00 - 12:40 – **Tavola Rotonda Modera:** *Fabio Orsi*

- *Alessandro Lazzaro, ex presidente dell'Unione Agenti Axa*
- *Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua*
- *Massimo Uncini, presidente del gruppo Agenti Italiana Assicurazioni*

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

Luigi Madonia, agente Allianz di Palermo; Francesco Carpenè agente Italiana di Treviso; Stefano Querinuzzi, agente plurimandatario di Gorizia; 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**

11 GIUGNO 2020 | 9:30 - 16:00

CONVEGNO ON LINE

■ 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 - 11:40 – Maximiliano Barberi, insurance market leader GFT

11:40 - 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, consulente della direzione sinistri di Amissima

– Luca Tavecchia, responsabile claims support di Generali Italia

– Maximiliano Barberi, insurance market leader GFT

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 - 11:40 – Gli ecosistemi: un nuovo paradigma di innovazione, a cura di G2 Startups

11:40 - 11:50 – Messaggio di Open Insurance Initiative: "La frontiera dell'Open Insurance"

11:50 - 12:10 – L'Open Innovation secondo Vittoria

– Gian Franco Baldinotti, Ceo di Vittoria hub

12:10 - 12:50 – **Tavola Rotonda Modera:** Francesco Zaini, partner di G2

con il coinvolgimento di alcune startup

12:50 - 13:00 – Conclusioni a cura di Francesco Zaini, partner di G2



SESSIONE PARALLELA

POMERIGGIO 14:30 - 16:00

 **INSURANCE CONNECT
INNOVATION SUMMIT 2020**

11 GIUGNO 2020 | 9:30 - 16:00

CONVEGNO ON LINE

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 - 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 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 - 14:40 – Intervento a cura di Stefano D'Ellena, head of insurance Italy di Evers Italia
14:40 - 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*
– *Stefano D'Ellena, head of insurance Italy di Evers Italia*
– *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*
– *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**

11 GIUGNO 2020 | 9:30 - 16:00

CONVEGNO ON LINE

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 - 14:40 – Intervento a cura di Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics

14:40 - 15:50 – **Tavola Rotonda Modera:** Roberto Bosisio, partner di Boston Consulting Group

– Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance 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

– Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics

– Alberto Busetto, head of connected business di 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

