

PRIMO PIANO

Fideiussioni, una guida per le Pa

Nel mercato italiano sono state riscontrate varie criticità riguardanti le garanzie finanziarie. Per questo l'Ivass, la Banca d'Italia, l'Anac e l'Agcm hanno deciso di pubblicare un insieme di suggerimenti che le amministrazioni pubbliche possono seguire per ridurre il rischio di accettare garanzie non valide. In alcuni casi, sottolinea in particolare l'Ivass, "fideiussioni e polizze assicurative fideiussorie sono state emesse da soggetti non legittimati a farlo o si sono successivamente rivelate false; in altri, sono state emesse da soggetti formalmente legittimati ma che, al momento dell'escussione, si sono rivelati insolventi; in altri ancora, è stato difficile o impossibile escutere le garanzie perché il garante ha fatto valere clausole contrattuali ambigue".

Un'attenta attività di controllo prima di accettare garanzie può dunque evitare di perderne la protezione o di incorrere in contenziosi e contestazioni.

Vari i suggerimenti forniti: come accertare se la garanzia è rilasciata da un soggetto legittimato, le modalità per capire se la garanzia prospettata è falsa, le verifiche che è opportuno svolgere sulla solidità finanziaria del garante, la conformità delle condizioni contrattuali a quanto previsto dalla normativa e/o dal bando di gara.

Beniamino Musto

RICERCHE

Fase 2, un inizio fra timori e speranze

Un'indagine di Roland, condotta prevalentemente su un campione di intermediari assicurativi, fotografa un'Italia a metà fra paura e voglia di ripartire: fra le molte difficoltà generate dalla pandemia di coronavirus, emerge ora il desiderio di tornare alla normalità

È passato quasi un mese dall'inizio della tanto attesa Fase 2. Lo scorso 4 maggio, dopo circa due mesi di totale lockdown per l'emergenza coronavirus, è scoccata in Italia l'ora della ripartenza. E gli italiani, secondo una recente indagine di **Roland**, hanno risposto alla novità con un misto di timore e speranza. Timore perché la pandemia di Covid-19 ha comunque lasciato segni evidenti sul tessuto economico e sociale nazionale. Speranza perché, a conti fatti, senza quella non si può nemmeno pensare di ripartire. E di ripartire, a giudicare dai risultati dell'indagine, c'è davvero una gran voglia.

Condotta prevalentemente su un campione di intermediari assicurativi (86% degli intervistati) fra l'11 e il 15 maggio, l'indagine si propone di analizzare l'impatto che il coronavirus ha avuto, sta avendo e avrà sull'economia. Attraverso un questionario con 26 domande, la compagnia specializzata in tutela legale fotografa così la percezione che i professionisti delle polizze stanno avendo sul proprio andamento di business e sulla tenuta della propria clientela a livello nazionale.

BENE, NON BENISSIMO

Il primo dato che balza all'occhio riguarda l'adeguatezza della risposta all'emergenza sanitaria: secondo il 61% del campione, le misure adottate per prevenire il contagio e assistere i pazienti sono state all'altezza della situazione. Non mancano tuttavia criticità che, a detta degli intervistati, potevano essere previste e sanate per tempo: il 33% del campione ha, per esempio, puntato il dito contro la mancanza di chiarezza, il 22% contro le eccessive limitazioni agli spostamenti e un altro 20% contro l'assenza di un intervento rapido, efficace e uniforme sull'intero territorio nazionale.

Le regioni se la sono cavata relativamente meglio (66%), seppur anche in questo caso in presenza di vari punti critici come l'impreparazione di alcune amministrazioni (33%), la sottovalutazione dell'emergenza sanitaria (22%), l'emanazione di provvedimenti inefficaci (20%) e il ritardo nell'adozione di misure straordinarie per il contenimento del contagio (15%). (continua a pag. 2)



**INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN**

Segui la pagina

 INSURANCE
REVIEW



(continua da pag. 1)

Bocciatura in piena regola invece per l'Unione Europea: se il 58% giudica inadeguata la risposta delle istituzioni comunitarie in sostegno dei territori più colpiti dalla pandemia, il 30% del campione arriva a liquidarla come "del tutto assente".

SEGNII DEL LOCKDOWN

La Fase 2, come già accennato, è arrivata dopo circa due mesi di totale lockdown da cui, stando ai risultati dell'indagine, gli italiani sembrano essere usciti indenni. Il 49% del campione ha affrontato l'emergenza sanitaria "discretamente, con qualche difficoltà o preoccupazione", il 39% addirittura "bene, nonostante le limitazioni imposte": solo il 9% l'ha vissuto decisamente male. Le difficoltà non sono tuttavia mancate: al 34% degli intervistati, per esempio, è mancato soprattutto il contatto con i propri amici, a un altro 17% la possibilità di fare sport.

Sia come sia, il lockdown è stato comunque messo alle spalle (almeno per il momento). E gli italiani sono entrati nella Fase 2 con una certa incertezza, soprattutto per una serie di misure che, a detta loro, potevano essere adottate in maniera diversa. La stragrande maggioranza del campione (51%) ritiene, a tal proposito, che le riaperture avrebbero dovuto essere valutate e decise caso per caso, mentre resta decisamente minoritaria (12%) la quota di chi avrebbe preferito una riapertura indiscriminata di tutte le attività.

L'IMPATTO SULL'ECONOMIA

L'impatto più forte dell'emergenza coronavirus si è avuto tuttavia sull'andamento economico. A fronte di un 19% che non ha risentito delle conseguenze della crisi sanitaria e di un 5% che ha addirittura registrato un aumento del volume di affari, la stragrande maggioranza del campione ha percepito pienamente l'impatto dell'emergenza coronavirus: se per il 46% si è trattato di una perdita lieve, inferiore al 25% del giro d'affari, per un altro 22% l'impatto è stato decisamente più forte.

Maggior incertezza si registra invece sugli effetti a lungo termine della pandemia. La maggioranza del campione (56%) ritiene che, nonostante l'impatto negativo della crisi sanitaria, nel prossimo futuro si potrà assistere a una certa ripresa. Il 28%, forse più abbottonato, ritiene invece che la pandemia non avrà grandi conseguenze sul proprio andamento di business. Il resto se lo dividono, seppur non equamente, ottimisti e pessimisti: per il 4% l'emergenza sanitaria avrà un effetto positivo sull'economia, il restante 12% pensa invece che le conseguenze negative della pandemia si faranno sentire anche nel prossimo futuro.

IN CERCA DI SOSTEGNO

Per quasi la metà del campione (46%) ci vorrà almeno un anno prima che l'economia possa tornare sui livelli registrati prima della crisi sanitaria. Un altro 36%, più pessimista, prevede un tempo di recupero ancora più lungo, considerando gli ingenti danni accusati dalle imprese nei mesi di lockdown. Solo l'1% ritiene che tutto potrà tornare alla normalità non appena saranno terminate definitivamente le misure di lockdown.

Per accelerare la ripresa, a detta gli intervistati, la soluzione è una sola: interventi governativi che possano sostenere le imprese e ammortizzare in qualche misura le perdite registrate nei mesi dell'emergenza sanitaria. Nello specifico, il 33% del campione auspica incentivi alle aziende per riportare in Italia la produzione industriale. Il 30% chiede garanzie a fondo perduto, mentre il 22% rispolvera il vecchio sogno di una flat tax al 15%. Dietro, più distaccate, si piazzano la detraibilità di ogni fattura sostenuta da luglio a dicembre (10%) e agevolazioni per le assunzioni (5%).

UN NUOVO STILE DI VITA

L'unica certezza è che difficilmente, una volta terminata l'emergenza, la nostra vita tornerà quella di prima. Solo il 28% del campione ritiene che tutto sarà come prima: il 35% spera invece in una vita migliore e più attenta a prevenire possibili crisi ed epidemie, mentre un altro 22% teme un peggioramento che si tradurrà in maggiori restrizioni per la tutela della salute pubblica. Per il 15%, forse più pessimista, la vita che ci attende sarà semplicemente più difficile: non potremo più godere delle libertà che avevamo prima e, in aggiunta, dovremo affrontare un contesto economico reso ancor più precario dalla pandemia di coronavirus.

Insomma, qualcosa cambierà di sicuro. A partire da cose semplici, come un'organizzazione del lavoro che pare destinata a mutare in maniera profonda: lo smart working, protagonista del più vasto esperimento sociale degli ultimi anni, potrà a tal proposito svilupparsi ulteriormente (71%) o imporsi addirittura come il modello prevalente di organizzazione del lavoro (22%).



Giacomo Corvi

Il Covid-19 spinge l'evoluzione in sanità

Le soluzioni sanitarie attuate durante la pandemia di coronavirus sono una prima risposta a una mutata domanda di salute da parte dei cittadini. Il digitale sarà una componente imprescindibile e irreversibile della futura offerta in questo ambito

Durante la fase di emergenza sanitaria scatenata dalla pandemia di Covid-19, il settore salute è stato investito da innumerevoli fenomeni, come il calo degli accessi al pronto soccorso (tranne che per cause legate al coronavirus) e anche un ritorno all'autocura. Di fatto, le limitate capacità di erogazione di servizi e la paura del contagio legata alla pandemia hanno posto barriere all'accesso alle prestazioni sanitarie.

La pandemia di coronavirus ha direttamente impattato in modo drammatico sulla salute e sulla vita dei cittadini; allo stesso tempo ha anche messo in evidenza le criticità che caratterizzano l'attuale ecosistema della salute, sia pubblico sia privato. La corsa, a crisi avviata, all'adozione di soluzioni digitali evidenzia in modo inequivocabile quanto spazio vi sia ancora da colmare anche in quest'ambito della sanità. La spinta al cambiamento è potente e porterà effetti duraturi nel tempo.

Aumenta la domanda per soluzioni digitali

Il coronavirus ha imposto e accelerato il cambiamento della domanda da parte di cittadini e malati. Il cambio è stato brusco e repentino sia per essere stati contagiati, sia per il timore di esserlo. Il coronavirus ha influito sulla domanda anche in modo indiretto, avendo assorbito gran parte delle risorse sanitarie a discapito della gestione ordinaria; fenomeno che non si è manifestato solo a livello ospedaliero ma anche a livello territoriale.

Durante la pandemia abbiamo assistito a tanti adattamenti, ad esempio si è manifestata la necessità di dare continuità di accesso in modo virtuale a diverse professionalità specialistiche: psicologi, psichiatri, nutrizionisti etc. A queste esigenze



si è data pronta risposta con l'utilizzo di soluzioni tecnologiche generaliste (Whatsapp, Skype etc).

Abbiamo anche visto sorgere varie soluzioni di chatbot per investigare i sintomi del coronavirus; nelle aree più colpite i saturimetri (che servono a misurare la quantità di ossigeno nel sangue) sono andati a ruba per farne un utilizzo domiciliare, condividendo gli esiti delle misurazioni al telefono con il proprio medico di medicina generale. In senso ampio, possiamo dire che laddove non erano presenti servizi adeguati ci siamo arrangiati: nelle strutture sanitarie, presso i medici di medicina generale e nelle nostre case.

In futuro cosa possiamo aspettarci come risposta alle esigenze di questi giorni? Una survey condotta da R2G su oltre 500 operatori internazionali del settore ha analizzato l'impatto del coronavirus. Lo studio sottolinea che le soluzioni che beneficeranno di maggiore diffusione saranno la telemedicina (per il 65% degli intervistati), il monitoraggio da remoto (per il 42%) e le soluzioni di auto-test (per il 31%).

Come cambia la richiesta di salute

Le drammatiche informazioni sulla maggiore mortalità da coronavirus di chi era affetto da patologie croniche fanno riflettere sul modello generale di gestione di questi malati. I cronici in Italia sono un esercito: 24 milioni di persone con una patologia cronica (quasi il 40% della popolazione), dei quali 12,5 milioni hanno multi-cronicità. La gestione delle cronicità è ancora troppo centralizzata; i limiti di questa centralizzazione sono noti da tempo, ma sono emersi in tutta la loro evidenza e drammaticità.

(continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Per dare risposta alle pressanti esigenze di salute serve un completo passaggio a un nuovo modello di sanità. Il paziente e il cittadino devono essere al centro, ed essere abilitati alla cura della propria salute con possibilità di accesso alle cure e monitoraggi anche a livello domiciliare. Si rende quindi necessaria un'efficace condivisione con tutti gli stakeholder delle informazioni per prevenire, curare e monitorare la salute a livello di singolo individuo. Serve una profonda digitalizzazione per garantire efficacia e sostenibilità al nuovo modello.

Nel progettare una nuova offerta è necessario tenere conto della propensione all'acquisto di beni e servizi di concreta utilità; in tutti i settori industriali (alimentare, moda, etc) ci si sta infatti orientando verso offerte di marcata utilità e concretezza. In quest'ottica, agli assicuratori si chiede di riflettere sulle profonde differenze tra una polizza e i servizi in ambito salute. Anche la ridotta capacità di spesa dei cittadini inciderà sul profilo della loro domanda: saranno favorite offerte modulari e componibili. L'immediata e certa fruibilità dei servizi, rispetto al prodotto polizza tradizionale, potrebbe influenzare le scelte d'acquisto.

Le società di telemedicina avranno i maggiori benefici

L'attuale crisi migliora le prospettive generali per le soluzioni sanitarie digitali, che sono guidate da una maggiore accettazione di strumenti e soluzioni digitali da parte di tutti gli stakeholder; allo stesso tempo sono già in atto sempre più rilevanti investimenti nella salute digitale.

Va anche segnalata l'iniziativa ministeriale Fast Call Telemedicina e sistemi di monitoraggio per il contrasto alla dif-



fusione del Covid-19 con l'obiettivo di individuare soluzioni digitali relativamente ad app di telemedicina e assistenza domiciliare e a tecnologie per il monitoraggio attivo del rischio di contagio. Si ha anche l'auspicio che le normative diventino più favorevoli all'adozione delle nuove tecnologie in ambito salute, a causa dell'enorme pressione che i sistemi sanitari stanno affrontando per dare risposta alla pandemia.

L'accelerazione della domanda di digitalizzazione non è transitoria. La domanda c'è, ora serve l'offerta di salute digitale strutturata, in grado di dare seguito e prospettive alle innumerevoli soluzioni messe in atto durante la crisi del coronavirus.

Paolo Meciani,
fondatore di Bime Consulting,
coordinatore Insurtech presso AssoFintech



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



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 28 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 ▶ **SEMPLIFICAZIONE, SERVIZIO, CUSTOMER EXPERIENCE: I PILASTRI DELLA NUOVA ASSICURAZIONE**
Enea Dallaglio, partner di Mbs Consulting
- 09.50 – 10.10 ▶ **STRATEGIE PER LA TRASFORMAZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA**
Luigi Barcarolo, direttore danni auto, insurance analytics and business architecture di Cattolica Assicurazioni
Maurizio Cappiello, amministratore delegato di Poste Assicura e direttore generale di Poste Vita
Umberto Guidoni, direttore business di Ania
- 10.10 – 10.30 ▶ **DALLA TECNOLOGIA ALLA COMPETITIVITÀ SUL MERCATO**
Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire
- 10.30 – 10.50 ▶ **L'OFFERTA ASSICURATIVA E IL PARADIGMA DELLA SEMPLICITÀ**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan
Daniela Mariani, capo della Divisione Vigilanza Prodotti del servizio Vigilanza condotta di mercato di Ivass
- 10.50 – 11.10 ▶ **SCENARI E SOLUZIONI PER L'EVOLUZIONE DEL RISCHIO**
Giuseppe Dosi, head of insurance di Crif
- 11.10 – 11.30 ▶ **COFFEE BREAK**

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 – L'intelligenza artificiale al servizio dei clienti e delle compagnie

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 – L'ecosistema: un nuovo paradigma di innovazione, *a cura di Francesco Zaini, partner 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 G2 Startups



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*
 - *Davide Vacher, consigliere delegato di Giunta di 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

