

PRIMO PIANO

Cattolica, Bedoni all'Ivass

Il presidente di Cattolica, Paolo Bedoni, ieri ha avuto un incontro con l'Ivass. Al centro del colloquio, secondo quanto riporta l'agenzia Ansa, la prossima assemblea del 27 giugno che, oltre che approvare il bilancio, dovrà dare l'ok alle modifiche allo statuto in tema di governance. Punto ancor più delicato dell'assemblea sarà tuttavia il via libera all'aumento di capitale fino a 500 milioni chiesto dall'Autorità di vigilanza, ma già ipotizzato dalla compagnia già prima della lettera dell'Ivass. Sull'incontro di ieri la compagnia veronese non ha rilasciato commenti.

L'irrobustimento patrimoniale è stato richiesto alla luce della discesa del Solvency ratio di due società di bancassurance vita del gruppo (con Bpm e con Icrea) sotto la soglia regolamentare del 100%, e per il calo a ridosso del 100% anche per la capogruppo. Cattolica dovrà presentare un piano entro la fine di luglio, da concludere entro il 30 settembre. In questo arco di tempo l'aspetto solvency, è l'auspicio, potrebbe migliorare, rendendo più contenuto l'aumento. La solvibilità della compagnia è già risalita attorno al 130% grazie al recupero registrato nell'ultima settimana dall'indice di solvibilità di pari passo col miglioramento dei mercati azionari e dello spread.

B.M.

RICERCHE

Ripensare l'assicurazione in chiave digitale

Secondo un report di McKinsey l'emergenza coronavirus accelererà i cambiamenti in corso nel comportamento, nelle esigenze e nelle aspettative dei consumatori. Per le compagnie accelerare gli investimenti in progetti digital e analytics è una scelta strategica cruciale per sviluppare una comprensione più dettagliata dei clienti

Qualcosa potrebbe essere cambiato in modo indelebile nell'atteggiamento dei consumatori. Nei giorni del lockdown le persone si sono aggrappate alle nuove tecnologie come finestra attraverso cui continuare ad avere un contatto con il mondo, e come strumento indispensabile per poter lavorare, fare lezione, effettuare acquisti. Secondo uno studio realizzato da McKinsey, la domanda di interazioni digitali aumenterà e rimarrà elevata anche successivamente a questo periodo. Il report, dal titolo *Restore and reimagine: digital and analytics imperatives for insurer*, sostiene che il periodo prolungato di volatilità, incertezza e ridotta attività economica accelererà i cambiamenti in corso nel comportamento, nelle esigenze e nelle aspettative dei clienti. Una scelta strategica per gli assicuratori sarà quella di accelerare gli investimenti in progetti digital e analytics, in modo tale da sviluppare una comprensione più dettagliata dei clienti.



UPGRADE DIGITALE DI TUTTI I CANALI

Secondo lo studio, gli assicuratori dovrebbero dare priorità a sette azioni da mettere in campo. La prima di queste sollecitazioni riguarda l'interazione: quella umana resterà fondamentale anche in futuro, ma gli stakeholder si aspetteranno che tutte le interazioni abbiano un supporto digitale. Il report di McKinsey cita il caso di una società di servizi finanziari nordamericana che utilizza la cosiddetta prospezione proattiva, una modalità che, attraverso la previsione del valore dei clienti, le consente di aumentare il volume di business dei propri consulenti del 10-15%.

CREARE VALORE PER AUMENTARE LA FIDELIZZAZIONE

Mantenere e coinvolgere un cliente esistente è di solito una soluzione più remunerativa rispetto all'acquisizione di nuovi clienti, spiega il report di McKinsey, sottolineando che "durante la crisi alimentata dalla pandemia, gli assicuratori dovrebbero trovare il modo di essere rilevanti per i loro clienti e coinvolgerli maggiormente". Creare valore per aumentare la fidelizzazione è dunque il secondo imperativo suggerito. "Alcuni assicuratori – si legge nello studio – stanno già promuovendo la conservazione dei clienti con rimborsi auto premium". Mantenere una chiara visione della fattibilità economica e del valore per il cliente sarà la chiave per un recupero sul lungo termine.

SOTTOSCRIZIONE DEI PRODOTTI E PREZZI GRANULARI

Il terzo imperativo riguarda la sottoscrizione dei prodotti. Nel settore danni e infortuni, gli assicuratori auto "hanno lanciato applicazioni mobili che consentono ai clienti di ottenere un preventivo immediato inviando una foto della patente". Nonostante l'importanza delle soluzioni digitali, spiega il report, molti assicuratori fanno fatica a digitalizzare completamente onboarding le linee di business. (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1) Quando ciò avviene in modo incompleto, a questi onboarding digitali spesso mancano funzionalità di base in alcune aree, come la verifica dei documenti, i pagamenti e la firma digitale. Pertanto, esorta McKinsey, "gli assicuratori dovrebbero dare ora priorità assoluta all'onboarding digitale. Avere prezzi più granulari (basati su una migliore acquisizione dei dati) è un modo chiave per finanziare questi investimenti".

UNA MAGGIORE EMPATIA

Il quarto imperativo riguarda i servizi basati sull'intelligenza artificiale. "I clienti delle assicurazioni tendono a cercare risposte chiare nei periodi di incertezza", spiega McKinsey, sottolineando che le risorse digitali per la gestione di servizi come il call center, saranno fondamentali per offrire un'assistenza adeguata. "Alcuni assicuratori utilizzano l'intelligenza artificiale per trasferire informazioni tra canali e creare un'esperienza omnicanale senza soluzione di continuità, lasciando che siano chatbot e agenti virtuali a fornire un servizio rapido per poi trasferire i clienti agli agenti tradizionali secondo le necessità. Gli assicuratori con una buona comprensione del motivo per cui i clienti chiamano possono ottimizzare le chiamate e girarle al servizio professionale più appropriato".

CLAIM DI NUOVA GENERAZIONE

Quinta area di intervento, secondo McKinsey, sono i claim. "Le aziende che hanno la capacità di sfruttare i propri dati sui sinistri possono creare modelli predittivi che migliorano significativamente i risultati delle richieste di risarcimento". Lo studio cita il caso di un assicuratore di auto nordamericano, che ha prodotto un miglioramento dal 3 al 5% nell'accuratezza del risarcimento per i sinistri relativi a lesioni personali e un miglioramento dal 5 all'8% nei tempi di liquidazione, utilizzando un modello predittivo per identificare quali sinistri inviare a gestori specializzati.

CAPACITÀ DI SELEZIONARE I TALENTI

Uno dei sette imperativi di McKinsey riguarda la selezione dei talenti. Il report spiega che per rimanere all'avanguardia del settore gli assicuratori dovranno disporre di numerosi dipendenti con le giuste competenze tecniche, i quali "dovranno impegnarsi a migliorare continuamente queste competenze". Parallelamente, gli assicuratori stanno accelerando l'adozione di processi agili, che li supportano a immettere i loro prodotti sul mercato da due a quattro volte più rapidamente, oltre a migliorare la soddisfazione dei clienti del 10-25% e aumentare la produttività del 10-30%.

NUOVI PRODOTTI ED ECOSISTEMI

Infine, McKinsey esorta gli assicuratori ad aspirare "a diventare più rilevanti per i loro clienti, per posizionarsi non solo come liquidatori di sinistri, ma anche come partner che aiutano a prevenire le perdite e supportano i clienti". Questo potrebbe essere un buon momento per innovare e intensificare il lavoro su nuovi prodotti ed ecosistemi che riflettano le nuove esigenze dei clienti, ad esempio, in materia di salute e prevenzione. Alcuni assicuratori innovativi stanno già collaborando con attori esterni per offrire ai clienti una suite completa di servizi attraverso interfacce Api (application programming interfaces). "Gli assicuratori – conclude lo studio – dovrebbero identificare opportunità di partnership in linea con le loro strategie di business e focalizzate su alcune partnership che possono offrire valore su larga scala.

Beniamino Musto

CRIF Digital Next

Your next digital step
toward Open Insurance & Sustainable Business

digitalnext.crif.it


Together to the next level

NORMATIVA

I risvolti assicurativi del decreto Rilancio

Una disposizione del testo di legge consente, in via straordinaria, di sottoscrivere polizze in modo semplificato, senza la necessità di firma digitale e posta elettronica semplificata: si punta così a sostenere un settore profondamente colpito dalla pandemia di Covid-19

A pochi giorni di distanza dall'entrata in vigore del cosiddetto decreto *Rilancio* (decreto legge 19 maggio 2020, n. 34) è possibile formulare le prime ipotesi in merito agli effetti che il provvedimento avrà nel settore assicurativo.

Com'è noto, la pandemia di Covid-19 ha avuto pesanti ricadute su tutti i settori economici, compreso quindi il settore assicurativo, il quale, senza voler effettuare una puntuale analisi delle criticità sofferte, ha registrato un calo drastico nella sottoscrizione di polizze assicurative.

Sul punto, le istanze e le necessità degli operatori del settore hanno indotto il legislatore ad apportare dei correttivi per fare fronte a tale situazione. Uno degli strumenti individuati per fronteggiare l'attuale situazione di crisi consiste nell'innovativa soluzione contenuta nell'articolo 33 del suddetto decreto. Tale disposizione, rubricata *Sottoscrizione e comunicazioni di contratti finanziari e assicurativi in modo semplificato*, prevede una disciplina volta a facilitare la conclusione di contratti finanziari e assicurativi, incrementando in questo modo la possibilità di aumento della domanda, e dunque fornendo un valido correttivo al problema del calo delle sottoscrizioni.

Tale soluzione, già adottata per il comparto bancario grazie all'articolo 4 del decreto legge 8 aprile 2020, n. 23, oggi è stata estesa anche al settore assicurativo.

Sottoscrizione in forma semplificata

Si tratta di una disposizione avente carattere straordinario e derogatorio. La prima caratteristica deriva da un rilievo temporale: tale disposizione, infatti, risulterà valida sino a che

lo stato di emergenza deliberato dal Consiglio dei Ministri il 31 gennaio 2020 non verrà revocato (benché sul punto vi sia ancora ampia incertezza). La seconda caratteristica, come già detto derogatoria, allenta invece i vincoli imposti dal *Codice dell'amministrazione digitale*, con riferimento ai requisiti di validità del documento informatico per avere l'efficacia di scrittura privata in forma scritta.



© Maurian Soares Salvador - iStock

La norma in esame, riferendosi all'articolo 165 del Codice delle assicurazioni private (e di riflesso, quindi, all'art. 1888 c.c.), comporta che gli utenti potranno sottoscrivere polizze assicurative con le compagnie anche se sprovvisti di firma digitale e di posta elettronica certificata. Il valido consenso alla conclusione del contratto potrà essere espresso tramite il semplice utilizzo di un indirizzo di posta elettronica non certificata (o altro strumento idoneo), a condizione che questo sia accompagnato da copia di un documento di riconoscimento in corso di validità, che vi sia un riferimento a un contratto identificabile in modo certo e che lo stesso sia conservato insieme al contratto con modalità tali da garantirne la sicurezza, l'integrità e l'immodificabilità.

Tentativi di rilancio

A parere di chi scrive, la semplificazione in questione porterà certamente effetti positivi in tema di sottoscrizione di nuove polizze, soprattutto con riferimento al settore dei trasporti. Gli operatori in questo ambito, anch'essi colpiti dagli effetti dell'epidemia, sono stati portati a risolvere ovvero a rivedere i contratti assicurativi stipulati in ragione del calo dell'attività subita. In ogni caso, in vista della graduale riapertura, non risulta azzardato supporre che si registrerà un incremento delle attività economiche e che, conseguentemente, la domanda di polizze assicurative da parte dei trasportatori subirà un aumento.

Nonostante la disposizione esaminata abbia certamente una portata innovativa e positiva per il mercato assicurativo, risulta difficile ipotizzare che in un futuro prossimo lo scambio di email possa diventare modalità ordinaria di conclusione dei contratti assicurativi. Benché rivolta nella direzione corretta (ossia quella della semplificazione), la modalità di espressione del consenso degli utenti alla sottoscrizione di un contratto assicurativo gioca un ruolo fondamentale, soprattutto in ragione delle note caratteristiche di tale accordo (notoriamente aleatorio e unilateralmente predisposto).

In ogni caso lo sforzo del legislatore dovrà sicuramente ritenersi apprezzabile nel tentare di arginare gli effetti negativi del lockdown nel settore assicurativo.

Filippo Francesco Pesce,
R&P Legal

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

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>Luigi Barcarolo, direttore danni auto, insurance analytics and business architecture di Cattolica Assicurazioni</i>
<i>Maurizio Cappiello, amministratore delegato di Poste Assicura e direttore generale di Poste Vita</i>
<i>Umberto Guidoni, direttore business di Ania</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



an NTT DATA Company



Insurtech. Together we grow.

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/problematriche 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

■ ECOSISTEMI 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:** *Roberta Gilardi, CEO di G2 Startups*

con il coinvolgimento di:

– *Cyber Angels*

– *Ernesto*

– *Lokky*

– *Maioun*

– *Fabrizio Cardinali, CIO di Vittoria hub*

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*
– *Monica Camilotto, claims director area Emilia Romagna di Aon*
– *Sara Ferraresso, sinistri property complessi – no motor claims – Generali Italia*
– *Ireno Claudio Lionello, socio titolare del gruppo Eurovo*
– *Davide Magnani, cfo del gruppo Eurovo*
– *Michela Palmisano, account executive Geography | Corporate di Aon*
– *Marco Rubin, consulente tecnico del gruppo Eurovo*
– *Sergio Ramorino, perito incaricato dal gruppo Eurovo*
– *Davide Vacher, consigliere delegato di Giunta di Acb*

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



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

