

PRIMO PIANO

Una donna a capo di Eiopa

Sarà una donna la nuova presidente di Eiopa. Si chiama Petra Hielkema, è olandese, e prenderà il posto di Gabriel Bernardino. Hielkema è a capo della supervisione assicurativa della Banca centrale olandese, e sarà pertanto la prima donna a presiedere una delle Authority europee.

Decisivo il voto favorevole arrivato della commissione Econ del Parlamento Europeo, che a sua volta ha confermato la scelta del 10 maggio espressa dal Consiglio Europeo. Dopo la sua audizione, la commissione ha votato a favore di Petra Hielkema con 54 voti favorevoli, nessun contrario e quattro astensioni. Questo voto dovrà essere confermato dal Parlamento con una votazione in plenaria, ma si tratta di una formalità.

Hielkema, che ha ricoperto anche una carica nel Financial Stability Board, era in lizza per ricoprire il ruolo di numero uno di Eiopa con altri due candidati, Paolo Cadoni, a capo della politiche prudenziali della Banca d'Inghilterra, e Christian Thimann, amministratore delegato dell'assicuratore tedesco Athora, con un passato in Axa nella gestione della regolamentazione e della sostenibilità. Petra Hielkema subentrerà a Bernardino per un primo mandato della durata di cinque anni, rinnovabile una sola volta.

Fabrizio Aurilia

INNOVAZIONE

L'assicurazione che verrà

La digitalizzazione che permeerà sempre di più tutti gli ambiti del lavoro porterà con sé forti cambiamenti a livello occupazionale e la necessità di organizzazioni più agili, in cui la comunicazione efficace sarà centrale

La crescente adozione dell'automazione, dell'intelligenza artificiale e di altre tecnologie suggerisce che il ruolo degli esseri umani nell'economia muterà drasticamente, incidendo su milioni di posti di lavoro.

Il Covid-19 ha accelerato questo effetto nel 2020, e sicuramente aumenterà la digitalizzazione e la stabilirà in modo permanente, almeno in alcune aree.

Tuttavia, il quadro reale è più sfumato: sebbene queste tecnologie eliminino alcuni posti di lavoro, ne creeranno molti altri. Le compagnie devono capire questi cambiamenti quando pianificano per il futuro.

Infatti le compagnie di successo del futuro saranno molto diverse da quello che sono oggi.

Grazie all'automazione e a nuovi processi lavorativi ci sarà una riduzione di risorse di circa il 30%.

I leader aziendali devono comprendere le sfide demografiche specifiche che sono da affrontare, dove sarà maggiore l'impatto dell'automazione e come possono aiutare le persone a rimanere occupabili mantenendo le loro competenze.

Alcune funzioni aziendali verranno maggiormente impattate dall'automazione, quali i sinistri, le risorse umane e la finanza.

Allo stesso tempo, più del 50% lavorerà su attività a maggior valore aggiunto quale gli analytics. La divisione delle skill evolverà, passando da un peso oggi del 20% sul digitale fino al 70% (includendo data scientist, ingegneri del software ed esperti in analisi dei dati).

Anche le risorse che lavorano in ruoli non tecnici avranno bisogno di skill tecniche. La maggior parte dei manager e delle risorse aziendali avrà bisogno di una profonda formazione, di *upskilling*, per rimanere nella compagnia che verrà.

Quindi è necessario garantire che i lavoratori continuino ad apprendere nel tempo, con l'evolversi della domanda di competenze diverse. In breve, le aziende devono costruire una forza lavoro adattiva.

ESEGUIRE LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DELLA FORZA LAVORO

La compagnia deve valutare regolarmente le dimensioni, la composizione e lo sviluppo attuale della propria forza lavoro. Deve inoltre valutare la domanda futura sulla base di una direzione strategica e determinare le lacune per determinati posti di lavoro e le competenze specifiche. Inoltre, deve progettare in modo proattivo le misure necessarie per colmare tali lacune. Queste misure strategiche devono essere strettamente collegate alla pianificazione globale dell'impresa a medio termine e devono essere preventivate di conseguenza, per garantire una rapida attuazione.

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

MIGLIORARE LE COMPETENZE E RIQUALIFICARE LA FORZA LAVORO ESISTENTE

Dati i rapidi cambiamenti nei requisiti di competenze e il numero di compiti e ruoli completamente nuovi che stanno emergendo, il mercato del lavoro non sarà in grado di fornire nuovi talenti sufficienti per coprire le posizioni disponibili. Le aziende devono quindi integrare le assunzioni esterne con iniziative di sviluppo interno e formazione sul posto di lavoro.

CREARE UNA CULTURA DELL'APPRENDIMENTO PERMANENTE

La formazione aziendale consisteva in certificazioni o programmi di formazione intermittenti, ma l'economia digitale richiederà un costante aggiornamento delle competenze. Le aziende devono quindi costruire un apprendimento costante nei loro modelli di business. Gli aggiornamenti dei contenuti e delle competenze devono essere forniti in una varietà di formati, in modo che possano essere integrati nella routine quotidiana di ogni dipendente, garantendo una forza lavoro agile.

RIPENSARE LE STRATEGIE DI RECLUTAMENTO E FIDELIZZAZIONE DEI TALENTI

La combinazione della domanda di competenze digitali e dei cambiamenti demografici metterà un'estrema pressione sull'offerta di lavoro, creando una feroce concorrenza per i talenti. Pertanto, le aziende devono spostare l'attenzione sul reclutamento dall'assunzione di competenze all'assunzione per volontà: poiché alcune delle competenze necessarie in futuro (come la codifica dei linguaggi informatici) saranno molto probabilmente costruite in maniera autodidatta, o senza una certificazione esplicita, i professionisti delle risorse umane dovranno visualizzare i criteri dei candidati con una mente più aperta e abbracciare diversi programmi di studio. Le imprese dovranno anche trovare nuovi modi per conservare i propri talenti e dotarli delle competenze che consentiranno loro di rimanere pertinenti nel contesto mutevole in cui l'impresa opera.

È indubbio che l'intero processo di trasformazione richieda un intenso coinvolgimento del top management e una forte capacità di adattamento, poiché il modo di lavorare deve cambiare profondamente (più delega, più workshop sullo sviluppo nuovi prodotti e servizi, e maggiore interazione fra le diverse funzioni aziendali).

Molti executive dovranno disimparare quelle caratteristiche che li hanno portati al successo: questa di sicuro è una delle cose più difficili per i leader nella trasformazione verso una compagnia "agile".

ALLA RICERCA DI UNA "AUTONOMIA ALLINEATA"

Quattro suggerimenti possono essere presi in considerazione dai manager:

1. focalizzare l'attenzione su pochi comportamenti agili, in modo tale che siano percepiti come più importanti per sé stessi e per l'organizzazione;
2. impegnarsi come ambasciatori del cambiamento seguendo in prima persona i comportamenti comunicati;
3. assumersi la responsabilità del cambiamento e responsabilizzare le diverse funzioni aziendali;
4. celebrare, premiare i nuovi comportamenti.

Una pietra angolare di una organizzazione agile è il principio di un'autonomia allineata, che spinge lo spirito imprenditoriale laddove l'azione e il lavoro vengono svolti.

Un grande livello di autonomia è efficace laddove vi è un alto livello di allineamento fra le diverse funzioni aziendali.

I leader delle compagnie che verranno devono garantire questo allineamento attraverso una chiara comunicazione del purpose aziendale, dei valori, della strategia e delle priorità.

Devono infatti illustrare il perché e il cosa, e poi lasciare autonomia ai team sull'execution di come affrontare le sfide a loro assegnate. (continua a pag. 3)



 **INSURANCE CONNECT**
INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

ISCRIVITI SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

DA PAGINA 6
IL PROGRAMMA COMPLETO

(continua da pag. 2)

L'autonomia richiede, per essere promossa con efficacia, un alto livello di fiducia e di trasparenza che devono diventare i driver che conducono l'azione delle risorse della compagnia. Ciò richiede che la compagnia si doti di un nuovo sistema nervoso centrale con Kpi che vanno a misurare il grado di aderenza ai valori aziendali e uno stile di leadership inclusiva.

IL VALORE DELLA TRASPARENZA PER CRESCERE

Spingere, sostenere allineamento e autonomia, cambia profondamente la cultura aziendale: tanto più i leader riescono a garantire allineamento tanto più riescono a distribuire, elargire autonomia, ma tali comportamenti vengono attivati se si agisce con estrema trasparenza.

La trasparenza infatti è il vero attivatore per qualsiasi tipo di organizzazione e quindi anche per le compagnie che verranno.

Nella battaglia contro il Covid-19, per esempio, molti degli errori commessi sono dovuti a una effettiva mancanza di condivisione di informazioni, di dati, di come tutelare le persone, comprendere cosa funziona, cosa no, e soprattutto perché.

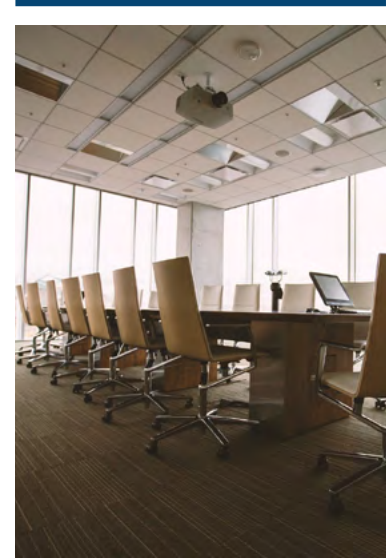
Con la trasparenza si costruisce la responsabilità, rafforzando il circolo virtuoso che incide e migliora la fiducia fra tutti i partner della catena del valore: gli investitori, clienti e la società tutta, accelerando il progresso collettivo.

Questa caratteristica che conduce alla chiarezza e all'apertura deve essere il cuore pulsante di come i leader gestiscono

le loro squadre, ambendo in tal modo a un grande livello di integrità, incoraggiando la diversità, l'inclusione e migliorando la capacità di apprendere ed evolvere.

La trasparenza conduce a una maggiore collaborazione, a un miglior processo di gestione dei problemi, permettendo e agevolando visioni molteplici su problemi complessi e aree grigie, e permette di appiattire l'organizzazione connettendo i manager con lo staff e viceversa.

Si dice che la luce del sole sia il miglior disinfettante, è fondamentale che i leader delle compagnie stimolino la ricerca e la discussione su ciò che non si vede nell'organizzazione e su come permettere alla luce di illuminare i punti oscuri. Questo è il primo fondamentale passo per costruire la compagnia che verrà.




Gianluca Zanini,
partner di Excellence Consulting

QBE. Siamo pronti.

Nuovo Codice della Crisi d'Impresa e impatti sui rischi D&O

Webinar 18 maggio, 11:30 - 12:30 (CET)

Se sei un intermediario registrati qui

Made possible
 **QBE**

Accident Year o Anno di accadimento

Si tratta di una voce cardine nel dizionario assicurativo perché indica un concetto centrale per le politiche di sottoscrizione delle compagnie, e in antitesi con i criteri seguiti per le coperture claims made

È il periodo di tempo nel quale un determinato evento dannoso si verifica, producendo il suo effetto su una data polizza di assicurazione o su un contratto di riassicurazione.

Il concetto si usa per collocare il pagamento o la messa a riserva di tale sinistro in uno spazio temporale definito, in questo caso l'anno di accadimento, della durata di una polizza o di un contratto di riassicurazione.

Gli eventi dannosi attribuiti a un dato anno di accadimento (pagamenti e riserve) vengono poi confrontati con i premi effettivamente incassati nello stesso lasso di tempo (premi di competenza o *earned premiums*), per determinare la profittabilità di ciascun periodo di assicurazione o riassicurazione.

Lo sviluppo delle riserve e dei pagamenti collocati in un dato anno di accadimento viene monitorato per tutta la durata dei sinistri, ovvero finché questi non vengono definitivamente chiusi.

Le statistiche calcolate in base all'*accident year* o anno di accadimento sono dunque particolarmente importanti per determinare le politiche di sottoscrizione di una compagnia di assicurazione o riassicurazione, poiché consentono alla stessa di tenere sotto controllo nel tempo l'andamento tecnico di un dato portafoglio di rischi.

Questo concetto riveste una particolare importanza nell'ambito dell'assicurazione della responsabilità civile, in antitesi a quello dell'assicurazione su base *claims made*, che invece definisce la validità del contratto in base al momento in cui viene presentata la prima richiesta di risarcimento (e non più, quindi, in base al momento in cui l'evento dannoso si è verificato).

Il codice civile italiano all'articolo 1917 – Assicurazione della Responsabilità civile – prevede specificamente:



“Nell'assicurazione della responsabilità civile l'assicuratore è obbligato a tenere indenne l'assicurato di quanto questi, in conseguenza del fatto accaduto durante il tempo dell'assicurazione, deve pagare a un terzo, in dipendenza della responsabilità dedotta nel contratto. (...)”.

Per molti anni, ciò ha comportato che la sola tipologia di assicurazione della responsabilità civile considerata tipica e legittima nel nostro sistema giuridico, fosse quella basata **sul momento in cui l'evento dannoso si era verificato**, il che ha posto l'assicurazione su base *claims made* in discussione, al punto da essere considerata illegittima da molti magistrati.

Solo recentemente e dopo lunghe polemiche, la forma di assicurazione su base *claims made* ha ottenuto una certa legittimazione da parte della magistratura italiana.

Cinzia Altomare

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

INSURANCE CONNECT TV

Obblighi e responsabilità delle RSA



Cinzia Altomare presenta l'evoluzione delle strutture socio-sanitarie e lo scenario normativo che ne definisce le funzioni e gli obiettivi. Ma la propagazione del Covid-19 ha complicato la capacità di gestione del rischio, sottoponendo le aziende sanitarie a pesanti ripercussioni dovute al dilagare della richiesta di risarcimenti e all'assenza di coperture assicurative per il rischio pandemico.

**GUARDA L'APPROFONDIMENTO
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV**



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

OPENING SESSION: 9 GIUGNO 2021

L'INNOVAZIONE CHE COSTRUISCE IL FUTURO

L'emergenza provocata dalla pandemia ha accelerato un processo di innovazione iniziato da tempo nel settore assicurativo. Ma la situazione sanitaria, economica e sociale richiede all'assicurazione di individuare contenuti, modalità, tecnologie, competenze e capacità di comunicazione su cui rafforzare la propria funzione nel nostro paese. Per questo servono investimenti, partnership, un'offerta di servizi integrati ed evoluti, qualità nella selezione del rischio e nella gestione dei sinistri. La sfida della trasformazione dell'industria assicurativa si gioca dunque sempre più sulla capacità di delineare e favorire la creazione di uno scenario "post pandemia" in cui i cittadini, le famiglie e le aziende possano finalmente iniziare a ritrovare sicurezza, solidità e serenità.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

- | | | |
|---------------|---|--|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | SFIDE E OPPORTUNITÀ DELLO SCENARIO ECONOMICO
<i>Lucio Poma, responsabile scientifico dell'area industria e innovazione di Nomisma</i> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | OLTRE L'EMERGENZA: COME INDIRIZZARE E VALORIZZARE L'INNOVAZIONE NEL SETTORE ASSICURATIVO
<i>- Enea Dallaglio, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved</i>
<i>- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO ASSICURATIVO
<i>Intervista a Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e amministratore delegato di Blue Assistance</i> |
| 10.30 – 10.50 | ▶ | QUALE FISIONOMIA PER LA NUOVA ASSICURAZIONE?
<i>- Isabella Fumagalli, ceo di Bnp Paribas Cardif</i>
<i>- Davide Passero, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni</i> |
| 10.50 – 11.10 | ▶ | LA TECNOLOGIA CHE AIUTA IL CAMBIAMENTO
<i>Intervista a Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire</i> |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

MATTINO 11:30 - 13:00

 **INSURANCE CONNECT
INNOVATION SUMMIT 2021**

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

GLI INTERMEDIARI E LA TRASFORMAZIONE DEL MODELLO DISTRIBUTIVO

Analisi di Innovation Team sulle opportunità tecnologiche, operative, commerciali e di marketing a disposizione di agenti e broker per affrontare la fase post pandemica all'insegna della centralità del cliente e della sostenibilità del business.

Modera Fabio Orsi, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved

11:30 - 11:50 – **Prima Assicurazioni verso la 1ª Convention degli intermediari: tutte le novità per la rete**

Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

11:50 - 12:10 – Presentazione dell'indagine di Innovation Team

12:10 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Carlo Coscelli, presidente del gruppo agenti Reale Mutua*

- *Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia*

- *Giancarlo Guidolin, presidente e amministratore delegato di Consulenze Assicurative e membro del Collegio dei Provvisori di Acb*

- *Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni*

12:50 - 13:00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA RAMO SALUTE

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

LA CENTRALITÀ DELLA SALUTE PER IL SISTEMA ITALIA

Il 2020 ha evidenziato il ruolo sociale dell'assicurazione per il welfare del nostro Paese. Le compagnie hanno risposto all'emergenza attraverso iniziative mirate, lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi, anche basati sulla tecnologia, facendo leva sui canali distributivi e sulla capacità di sensibilizzare i cittadini. Una risposta che apre prospettive nella relazione con il cliente e per la crescita del ramo salute.

Modera Nicola Ronchetti, ceo di Finer

14:00 - 15:20 – **Tavola rotonda**

Introduzione di Nicola Ronchetti

- *Giovanna Gigliotti, amministratore delegato di Unisalute*

- *Cesare Lai, amministratore delegato di Generali Welion*

- *Chiara Soldano, direttore salute di Axa Italia*

- *Marco Vecchiotti, amministratore delegato e direttore generale di Intesa Sanpaolo Rbm Salute*

15:20 - 15:30 – Q&A

SESSIONE TEMATICA FINANCIAL LINES

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

FINANCIAL LINES, POTENZIALITÀ DI SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI

I rischi per professionisti e Pmi, amplificati dalle emergenze in atto su vari fronti, richiedono risposte efficaci in termini di qualità delle coperture, personalizzazione dell'offerta, velocità di sottoscrizione del rischio e di gestione del sinistro. Quali strategie, prodotti, tecnologie e politiche commerciali possono favorire l'attività di vendita degli intermediari?

Moderata Cinzia Altomare

15:30 - 16:50 – Tavola rotonda

- Tommaso Cecon, responsabile danni imprese di Generali Italia
- Donato Lucchetta, presidente gruppo agenti Cattolica
- Nicola Picaro, comitato dei presidenti di Aua
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessioni tematiche



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

OPENING SESSION: 10 GIUGNO 2021

VERSO L'ASSICURAZIONE DATA DRIVEN

Disporre di grandi quantità di informazioni non è sufficiente. Se la pandemia ha dimostrato quanto siano fondamentali la tecnologia e l'utilizzo delle informazioni nell'era digitale, per le compagnie la sfida è ora integrare, analizzare, connettere i dati costruendo nuovi strumenti per conoscere, decidere, prevedere. E trovare così nuove strade per competere nella nuova normalità.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

09.30 – 09.50



Intervento a cura di Crif

09.50 – 10.10



GLI STRUMENTI PER CONOSCERE, DECIDERE, PREVEDERE

- Giuseppe D'Elia, digital and direct channels management di Zurich Italia
- Francesco Mastrandrea, cio di Groupama Assicurazioni
- Fabio Rizzotto, associate VP, head of research and consulting, IDC Italia

10.10 – 10.30



DIGITAL HEALTH: TRASFORMAZIONE DELLE COMPAGNIE DALLE ASSICURAZIONI AI SERVIZI

Maximiliano Barberi, insurance market leader di Gft

10.30 – 11.10



Tavola Rotonda – RC AUTO, DAI DATI AI NUOVI MODELLI DI BUSINESS

- Marco Baldoli, chief auto officer di Europ Assistance
- Giacomo Lovati, amministratore delegato di Alfa Evolution Technology, di Pronto Assistance Servizi, di Linear Assicurazioni e direttore insurance e telematic services di UnipolSai
- Anna Maria Ricco, chief transformation officer di Axa Italia

11.10 – 11.30



COFFEE BREAK

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SESSIONE TEMATICA INSURTECH

MATTINO 11:30 - 13:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

■ L'INSURTECH E LA RIVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA

L'innovazione digitale ha introdotto una pluralità di fronti su cui il settore assicurativo dovrà ripensare la propria value chain ricercando proposte innovative attraverso politiche tese all'open insurance, alla collaborazione con start up e a interventi in ambiti strategici (relazione con il cliente, distribuzione, salute, mobilità, property e altro...) per l'evoluzione dell'assicurazione nel nostro Paese.

11:30 - 11:50 – **Innovazione, insurtech e soluzioni digitali di Rga in Italia**

Adriano De Matteis, managing director di Rga

11:50 - 12:50 – **UN PLAYGROUND PER L'OPEN INSURANCE**

11:50 - 12:05 – **L'Italy Working Group di Opin e il Playground**

Francesco Zaini, partner di G2 Startups

12:05 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Leonardo Aloï, ceo di CupSolidale*

- *Giorgio Campagnano, ceo di MioAssicuratore*

- *Fabio Cerino, ceo di Befreest*

- *Paolo Tanfoglio, ceo di Lokky*

12:50 - 13:00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA RIPRISTINO DANNI

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

■ COSÌ CAMBIANO I SERVIZI PERITALI E DI RIPRISTINO DEL DANNO

Tecnologia, specializzazione, servizio al cliente. Sono questi i pilastri su cui rinnovare la capacità di prevenzione, la gestione del rischio e delle emergenze. L'obiettivo per periti, intermediari e compagnie è far evolvere la qualità del rapporto con la clientela nel momento del sinistro.

14:00 - 14:20 – **Verso un risanamento sostenibile e sicuro**

Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per

14:20 - 15:20 – **Tavola rotonda**

Modera Massimiliano Maggioni, professional affiliate presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e docente Cineas

- *Daniele Barini, presidente di Anpre*

- *Luca Nava, head of claims di Allianz Global Corporate and Specialty*

- *Marco Valle, vice presidente di Aipai*

15:20 - 15:30 – Q&A

SESSIONE TEMATICA SINISTRI AUTO

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

GESTIONE SINISTRI AUTO, L'INNOVAZIONE NELLA CUSTOMER EXPERIENCE

La centralità del cliente si esprime in particolare attraverso la valorizzazione dei dati, l'agilità dei processi di gestione e liquidazione dei sinistri, nell'assistenza prestata al momento del bisogno, in tecnologie e strumenti capaci di supportare l'esperienza del cliente rafforzando la qualità del servizio.

15:30 - 15:50 – **Text mining & machine learning: strumenti di una data-driven company per valorizzare dati e informazioni dei sinistri**

Nicola Biscaglia, principal di Milliman – Practice leader P&C in Italia&CEE

15:50 - 16:50 – **Tavola rotonda**

Modera Fabrizio Andreose, client partner finance and insurance di Kantar

- *Luigi Baccaro, head of claims di Sara Assicurazioni*

- *Francesco Montesano, responsabile claims excellence, direzione sinistri di Cattolica Assicurazioni*

- *Maurizio Rainò, claims & customer operations director di Axa Italia*

- *Roberto Tremontozzi, responsabile gestione sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni*

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



GFT

Main sponsor sessioni tematiche

