

PRIMO PIANO

Generali lancia l'Opa su Cattolica

Svolta di Generali su Cattolica. Il Leone di Trieste, già azionista rilevante del gruppo veronese con una quota di circa il 24% del capitale, oggi ha annunciato la decisione di lanciare un'offerta pubblica di acquisto volontaria totalitaria sulla compagnia a un prezzo di 6,75 euro per azione. Il corrispettivo offerto, spiega un comunicato di Generali, incorpora un premio pari al 15,3% rispetto al prezzo ufficiale delle azioni di Cattolica alla chiusura di venerdì 28 maggio e del 40,5% rispetto alla media aritmetica degli ultimi sei mesi. In caso di integrale adesione all'Opa, con la quale Generali punta al delisting del titolo, l'esborso massimo per il Leone ammonta a 1.176 milioni di euro.

La mossa, spiega la nota di Generali, ha "l'obiettivo di consolidare la propria posizione nel mercato assicurativo italiano, in coerenza con le linee guida del Piano Strategico di Generali 2021", e in questo senso "l'acquisizione di Cattolica permetterebbe di diventare il primo gruppo nel mercato danni e di rafforzare la propria presenza nel mercato vita". L'obiettivo è anche la revoca dalla quotazione delle azioni dell'emittente che favorisce "gli obiettivi di integrazione, di creazione di sinergie e di crescita" dei due gruppi assicurativi.

Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

RICERCHE

Auto connesse, il settore resiste alla pandemia

L'ultima edizione dell'osservatorio curato dal Politecnico di Milano evidenzia la tenuta del mercato: nel 2020 il comparto è rimasto sostanzialmente stabile, registrando una perdita del 2% su base annua. Crescono i servizi alla clientela, anche (e soprattutto) nel mondo delle assicurazioni

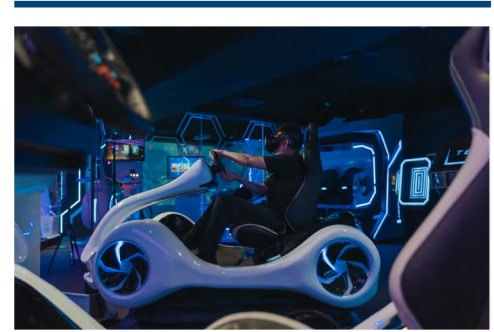
Il mercato delle auto connesse in Italia ha tenuto bene anche in un anno difficile come il 2020. Nel primo anno di pandemia, il settore ha totalizzato un giro d'affari di 1.180 milioni di euro, registrando un calo del 2% su base annua. In contrazione, dunque, ma comunque meglio di quello che ci si poteva aspettare: nello stesso periodo, giusto per avere un'idea, l'intero mercato delle quattro ruote in Italia è sprofondata del 27,9%. Il settore delle auto connesse ha dunque tenuto bene. E stando alle conclusioni del rapporto *Connected Car & Mobility: come riscrivere la mobilità del futuro*, seconda edizione del progetto di ricerca curato dall'Osservatorio *Connected Car & Mobility della School of Management del Politecnico di Milano*, la tenuta del mercato è buon segnale.

Il rapporto è stato presentato venerdì scorso, in un evento online che ha messo a confronto esperti della materia, docenti universitari, rappresentanti delle istituzioni, manager di case automobilistiche e tutti gli operatori del settore che, in misura diversa, gravitano attorno al mondo delle auto connesse (assicurazioni comprese). "A differenza di altri ambiti, il mercato della connected car ha tutte le potenzialità di cambiare immediatamente il nostro modo di vivere", ha esordito **Giovanni Miragliotta**, responsabile scientifico dell'osservatorio. "Siamo di fronte a un tema affascinante – ha aggiunto – perché riesce a coagulare in sé tutte le tensioni di cambiamento che stanno attraversando la nostra società: sostenibilità, transizione energetica, innovazione tecnologica e nuove esigenze di consumo".

UN SETTORE IN EVOLUZIONE

L'evoluzione del settore è stata analizzata da **Umberto Bertelè**, professore emerito di Strategia e chairman degli *Osservatori Digital Innovation* del Politecnico di Milano. "L'automobile – ha detto – si trova al crocevia di transizione digitale e transizione ambientale". Il parco auto del futuro sarà completamente diverso da quello che siamo abituati a immaginare. E secondo Bertelè, in particolare, "le vetture saranno sempre più digitali" e, di conseguenza, più simili a uno smartphone che a una tradizionale automobile. Il passaggio comporterà nuove opportunità ma anche tante sfide, come testimoniato anche dalla recente crisi dei semiconduttori. "Il settore sta già affrontando la prova della sostenibilità ambientale, in futuro quella della questione della disponibilità tecnologica e già si vedono i segnali di nuove sfide geopolitiche", ha affermato Bertelè. Una grande sfida è poi quella della sperimentazione. Sul tema si è soffermato soprattutto **Mario Nobile**, direttore generale per la digitalizzazione, i sistemi informativi e statistici del ministero delle Infrastrutture e delle mobilità sostenibili. "Siamo a favore della neutralità tecnologica: non vogliamo fissare regole sulle tecnologie, ma sulle sue funzioni", ha commentato. "Nel Pnrr – ha aggiunto – ci sono grandi investimenti per la digitalizzazione dei sistemi urbani, a cui si associano anche un fondo complementare e i tradizionali scostamenti di bilancio".

(continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) L'obiettivo, secondo Nobile, è "fissare un framework complessivo che possa funzionare per tutti, favorendo lo sviluppo del settore in condizioni di sicurezza e sostenibilità ambientale".

I NUMERI DEL MERCATO

I risultati della ricerca sono stati presentati da **Giulio Salvadori**, direttore dell'osservatorio. Il 2020, come detto, è stato un anno in contrazione: dopo il +31% del 2018 e il +14%, lo scorso anno si è avuta in Italia la prima battuta di arresto. Eppure, nonostante tutto, il settore ha tenuto e ha registrato una variazione in linea con quella che si è avuta negli altri mercati occidentali. Considerando poi il giro d'affari dei sistemi adas, l'intero mercato delle cosiddette smart car raggiunge un valore complessivo di 1,8 miliardi di euro.

Attualmente in Italia si contano 17,3 milioni di vetture connesse, pari al 45% dell'intero parco auto circolante. La maggior parte sono connesse con black box assicurative (55%), ma crescono significativamente le vetture collegate nativamente tramite sim (+18%) e tramite bluetooth (+27%). Aumenta poi anche il numero di aziende in grado di raccogliere dati dalle auto connesse e di offrire nuovi servizi di valore: il settore delle prestazioni al volante, nel dettaglio, ha registrato nel 2020 un giro d'affari di 340 milioni di euro e alimentato un mercato che lo scorso anno ha sfiorato quota quattro miliardi di dollari a livello globale. Anche la domanda sembra seguire il trend dell'offerta: il 71% dei consumatori ha sentito parlare di auto connesse, il 36% ha almeno una funzionalità smart attiva nella propria vettura e l'85% ritiene la smart mobility un tema rilevante per la società.

POLIZZE AUTO CONNESSE

Uno dei settori più influenzati dalla connettività delle vetture, come noto, è quello delle assicurazioni. La ricerca ha stimato il possibile impatto delle auto connesse sulle polizze a quattro ruote: stando ai risultati dello scenario, l'introduzione di appena cinque sistemi adas, che saranno obbligatori fra qualche anno, potrà ridurre del 15-20% il rischio di incidenti e generare un risparmio del premio compreso fra 25 e 40 euro.

Il tema è stato al centro di una delle tante tavole rotonde che hanno animato la mattinata di lavori. **Giuseppe Trivigno**, IoT technology scouting manager di **AlfaEvolution Technology**, ha voluto portare alla platea virtuale dell'evento l'esperienza di **UnipolSai** con il lancio di **UniboxSafe** e si è quindi soffermato sui benefici che vetture sempre più connesse potranno avere sui consumatori. "La capacità di raccogliere ed elaborare dati potrà consentire di segmentare il mercato e di stabilire premi più equi, basati sul reale comportamento dell'assicurato alla guida", ha commentato. Secondo **Alberto Busetto**, responsabile connected business di **Generali Jeniot**, "l'utilizzo del dato è ormai uno degli elementi chiave di mercato perché, oltre a consentire una migliore definizione del premio, apre alla possibilità di offrire nuovi servizi che hanno un impatto positivo sui nostri clienti: nel 2016 – ha affermato – abbiamo per esempio lanciato un servizio di real time coaching al volante e abbiamo potuto constatare che il suo utilizzo consente al cliente di avere consapevolezza del proprio livello di rischiosità sulla strada e di migliorare così il proprio stile di guida".

IL FUTURO DELL'AUTO

Se il presente dell'auto è l'auto connessa, il futuro dell'auto sarà l'auto connessa con tutto. **Monica Nicoli**, professore associato di Ingegneria delle telecomunicazioni del Politecnico di Milano, ha analizzato in particolare le potenzialità delle tecnologie V2X, che consentono alle vetture di essere connesse all'infrastruttura stradale (segnalatica, semafori, ecc.), ai pedoni e a tutto quanto ruota attorno all'ecosistema della carreggiata. La diffusione di questi sistemi potrà avere effetti immediati sulla sicurezza della strada e sulla gestione del traffico, con ripercussioni positive sulla mobilità degli utenti. Molto dipenderà dalle tecnologie di comunicazione a disposizione, che dovranno essere efficienti, robuste, versatili e sicure.

Il passo successivo, come noto, sarà poi quello dell'auto connessa e autonoma. **Sergio Savaresi**, professore ordinario di Ingegneria dell'Automazione del Politecnico di Milano, ha osservato in chiusura che in futuro potrà esserci una biforcazione nella mobilità a quattro ruote: da una parte robot-taxi, in grado di guardarsi da sé, e dall'altra quelli che sono stati definiti "veicoli emozionali", che saranno invece guidati da esseri umani per il solo piacere di farlo. Anche in questo caso, gli effetti sulla mobilità saranno rilevanti: uno studio, a tal proposito, ha evidenziato che, in condizioni attuali, una flotta complessiva di robot-taxi in città come Milano e Padova potrebbe consentire di ridurre il numero di auto circolanti, il traffico, il tempo di attesa e l'impatto ambientale.

Giacomo Corvi

 **INSURANCE CONNECT**
INNOVATION SUMMIT 2021

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

ISCRIVITI SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

DA PAGINA 5
IL PROGRAMMA COMPLETO

NORMATIVA

Imprese poco allineate sul Gdpr

Nelle aziende italiane l'adeguamento alla normativa non è uniforme, in alcuni casi sembrano prevalere approcci interpretativi che si distaccano dalle finalità della norma. E l'Italia è il paese con minore numero di notifiche di data breach

Al terzo anno dall'entrata in vigore del Gdpr le imprese italiane non sembrano ancora aver compreso completamente come interpretare la norma e come applicarla nella gestione dei dati in azienda.

Sul tema **Dla Piper** ha realizzato una survey in collaborazione con l'**Italian Privacy Think Tank – Iptt**, a cui hanno partecipato esperti di privacy di 75 società provenienti da tutti i principali settori dell'economia italiana, dalla tecnologia, media e telecomunicazioni (24%) alla moda, cibi o bevande e vendita al dettaglio (23%), inclusi il mercato bancario e dei servizi finanziari (16%), assicurativo (9%), life sciences and wellness (11%).

Secondo l'indagine, le aziende italiane risultano le più sanzionate in assoluto per la violazione delle disposizioni del Gdpr a seguito delle ispezioni del Garante privacy; c'è inoltre un altro aspetto: i risultati del "Data Breach Report 2021", pubblicato da Dla Piper, hanno mostrato come il numero di data breach notificati al Garante per la protezione dei Dati Personali dal 25 maggio 2018 sino al 27 gennaio 2021 sia di circa 3.460, un numero molto più contenuto rispetto alle notifiche in Germania (77.747). Non è per maggiore protezione dei dati, ma per una sorta di resistenza, dimostrata dal fatto che a oggi solo il 26% delle aziende si affida ad una analisi caso per caso o all'assistenza di un legale esterno.

Nel corso dei primi mesi del 2021 le ispezioni sono raddoppiate rispetto al semestre precedente: questo aspetto richiederebbe da parte delle imprese l'adozione di procedure interne per la gestione delle ispezioni da parte dell'autorità, ma dalla survey risulta che è limitata al 43% la quota degli intervistati che si è attivata, mentre il 19% ha adottato una procedura interna, il 7% non ha adottato una procedura per gestire le ispezioni e ritiene di non averne bisogno, mentre il 5% – avendo già subito ispezioni – pensa di poterle gestire senza la necessità di una procedura *ad hoc*. Riguardo alle notifiche, solo il 26% delle aziende del campione ha adottato un sistema di analisi caso per caso o si affida all'assistenza di un legale esterno, mentre il 74% ha attivato una procedura interna e il 14% integra la procedura interna con un tool di *legal tech* per garantire l'indipendenza e imparzialità nella valutazione. Il rischio evidenziato da Dla Piper è che le procedure possano corrispondere ad un approccio "formale" e in qualche modo superficiale rispetto ad un'analisi approfondita

dei casi correlata agli obblighi derivati dalla normativa sul trattamento dei dati personali.

Questo aspetto apre la prospettiva sul modello organizzativo di compliance privacy: il 48% del campione intervistato dichiara un modello a tre livelli che prevede l'ufficio legale, compliance o privacy, il *Data protection officer* con ruolo di supervisione, e figure delegati nei principali dipartimenti dell'azienda. Rispetto alla figura del Dpo, il 32% delle aziende ha dedicato un budget specifico al suo ruolo, mentre il 41% prevede un budget ma senza averne determinato l'importo.

Incertezza sulla conservazione dei dati

L'impressione che emerge dalle informazioni raccolte dalla survey di Dla Piper è che per le imprese italiane la conservazione dei dati sia una questione flessibile.

In termini complessivi, il 64% delle aziende continua a richiedere due consensi separati per le attività di marketing e profilazione, mentre sembra emergere un cambio di tendenza nell'utilizzo dei cookies per attività di marketing, con il 49% del campione che non intende svolgere attività di marketing su siti di terze parti e solo il 19% che installa i propri cookie su siti di terzi. Il tema chiave riguarda il termine di decorrenza dei 24 mesi di conservazione. Per le finalità di marketing, il 23% fa decorrere i 24 mesi dall'ultima interazione, il 19% conserva i dati per più di 24 mesi dalla raccolta o dall'ultima interazione, e ben il 21% conserva i dati finché l'interessato non esegue l'opt-out. Scarsa trasparenza anche per le finalità di profilazione: il 53% degli intervistati effettua la cancellazione, mentre il 19% continua il trattamento in modalità aggregata – che consente comunque di risalire ai singoli dati di profilazione – e l'8% non cancella mai nessuna categoria di dati personali.

Interessante invece l'attenzione per il *legal design*, cioè la modalità con cui trasmettere i concetti legali all'utente, un approccio che denota la volontà di essere più trasparenti e diretti per migliorare l'esperienza dell'interlocutore. A questo scopo, il 23% degli intervistati ha già dato incarico ad esperti di revisionare informative privacy e contratti mentre il 50% pensa di farlo a breve.

M.M.

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

INSURANCE CONNECT TV

Distribuzione e cliente, connessioni da analizzare



Nicola Ronchetti, ceo di Finer.

Il binomio intermediario-cliente è caratterizzato da capacità di vendita diversificate e da propensioni, o resistenze, all'acquisto che meriterebbero un'analisi più approfondita da parte delle compagnie, accrescendo così le possibilità di intervento nell'incontro tra domanda e offerta.

**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 Ceccon, 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 | ▶ | DATA & DIGITAL PER IL NEXT LEVEL DEL BUSINESS ASSICURATIVO
<i>Giuseppe Dosi, head of insurance market di Crif</i> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | GLI STRUMENTI PER CONOSCERE, DECIDERE, PREVEDERE
- <i>Giuseppe D'Elia, digital and direct channels management di Zurich Italia</i>
- <i>Francesco Mastrandrea, cio di Groupama Assicurazioni</i>
- <i>Fabio Rizzotto, associate VP, head of research and consulting, IDC Italia</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | DIGITAL HEALTH: TRASFORMAZIONE DELLE COMPAGNIE DALLE ASSICURAZIONI AI SERVIZI
<i>Maximiliano Barberi, insurance market leader di Gft</i> |
| 10.30 – 11.10 | ▶ | Tavola Rotonda – RC AUTO, DAI DATI AI NUOVI MODELLI DI BUSINESS
- <i>Marco Baldoli, chief auto officer di Europ Assistance</i>
- <i>Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai</i>
- <i>Anna Maria Ricco, chief transformation officer di Axa Italia</i> |
| 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



Main sponsor sessioni tematiche

