

PRIMO PIANO

Banco Bpm, interesse di CA

Crédit Agricole conferma l'interesse per il business assicurativo di Banco Bpm. "C'è un processo in corso sulla bancassurance, noi siamo ovviamente interessati, ci siamo manifestati e vedremo quindi le scelte che farà Banco Bpm, se andranno verso un accordo esterno o se riporteranno (le attività, ndr) all'interno: questo ancora non lo sappiamo", ha affermato stamattina Giampiero Maioli, amministratore delegato di Crédit Agricole Italia, nel corso di un evento organizzato da Rcs a Palazzo Mezzanotte di Milano. Interrogato sugli altri pretendenti per le polizze di Banco Bpm, fra cui si contano società come Allianz, Axa e Generali, Maioli si è trincerato dietro un secco "è una scelta della banca e noi non entriamo nelle loro logiche, ne prendiamo atto e cercheremo di offrire, se ci sarà la possibilità, le migliori condizioni". All'inizio di aprile Crédit Agricole aveva annunciato di aver acquisito una partecipazione del 9,18% in Banco Bpm, divenendo così primo azionista dell'istituto. Sgombrato il campo sulle voci di un interesse del gruppo francese per Anima, il ramo di risparmio gestito di Piazza Meda. "No, nessuna questione che ci riguardi su Anima", ha risposto Maioli. "Noi - ha ribadito - in questo momento siamo esclusivamente concentrati sulla bancassurance" di Banco Bpm.

Giacomo Corvi

RICERCHE

Generazione Alfa: i bambini imparano a crescere

Un'indagine sui piccoli tra i 6 e i 12 anni rileva un sentimento di incertezza e insicurezza derivante da come questa generazione ha vissuto gli ultimi due anni e con quali emozioni. Emerge in particolare che i 10 anni sono un momento complicato nella relazione con se stessi e con il mondo, in cui è facile perdere l'autostima

Anche se cresciuti con i device digitali a portata di dito, i bambini di oggi sembrano avere sogni ed emozioni poco diverse dalle generazioni pre-smartphone. A incidere di più sulla loro sfera emotiva e psicologica pare essere l'esperienza vissuta negli ultimi anni 2-3 anni della loro infanzia ancora in corso, quelli della pandemia e, oggi, della guerra. I bambini di oggi hanno vissuto l'ultimo biennio alternando i sentimenti di solitudine, derivati dall'isolamento e dal distanziamento sociale a causa della pandemia, e di sicurezza data dal vivere nella protezione della famiglia e della propria casa. È possibile che negli ultimi mesi anche loro abbiano ricevuto un contraccolpo alle proprie certezze con lo scoppio della guerra, vissuta sullo schermo della televisione, in cui tanti bambini loro coetanei sono stati esposti e mostrati in pericolo, e attraverso i discorsi sentiti in famiglia. Per noi adulti non è facile interpretare i loro pensieri e le loro emozioni, ma conoscerli aiuta a capire come rapportarsi con loro e come aiutarli a superare l'incertezza e la paura.

Un'indagine in questo senso, non finalizzata a ragioni di marketing, è stata svolta nel marzo scorso da **AstraRicerche** su richiesta di **Mga Entertainment** nell'ambito del progetto **Rainbow High: Fai brillare i tuoi colori**: scopo dell'iniziativa è stato cercare di capire il livello di autostima dei bambini tra i 6 e i 12 anni, quali tratti del carattere stanno sviluppando e in che modo percepiscono se stessi tramite le proprie abilità creative. **Cosimo Finzi**, direttore di AstraRicerche, tiene a sottolineare l'originalità dell'indagine che "si focalizza sui bambini come piccole persone in divenire, con le loro capacità, la loro percezione di sé, il loro sguardo al futuro. I risultati sono interessanti e utili a una riflessione sulla Generazione Alfa fuori da alcuni stereotipi che si stanno diffondendo".

(continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina

Insurance Connect

(continua da pag. 1)

ANCHE I BAMBINI VIVONO L'INCERTEZZA DEL PERIODO

L'analisi su quella che viene definita Generazione Alfa mostra che intorno ai 10 anni si determina un calo dell'autostima nel bambino che sviluppa dei dubbi su stesso, nel complesso dai risultati emerge che un terzo dei bambini non si piace. In questa fase le abilità creative possono ridurre la perdita di fiducia dei piccoli.

Tra i bambini italiani intervistati, uno su tre mostra un livello di autostima basso o carente, che si traduce nel non piacersi, nel voler essere diversi da come si percepiscono soprattutto relativamente al fare più cose di quelle che fanno e a farle meglio di quanto sanno.

Secondo gli estensori della ricerca, in questi giudizi i piccoli della generazione Alfa risentono del contesto di partenza, cioè di quel sentire delle famiglie e della loro quotidianità che è stato colpito prima dagli effetti della crisi pandemica degli ultimi due anni, dal punto di vista emotivo ma anche per gli impatti sociali ed economici, e ora da quelli della guerra, anch'essa portatrice per gli adulti di incertezza e difficoltà economiche. A queste voci, l'indagine aggiunge l'accelerazione di fenomeni non conosciuti, o conosciuti solo in parte, legati all'esplosione del digitale.

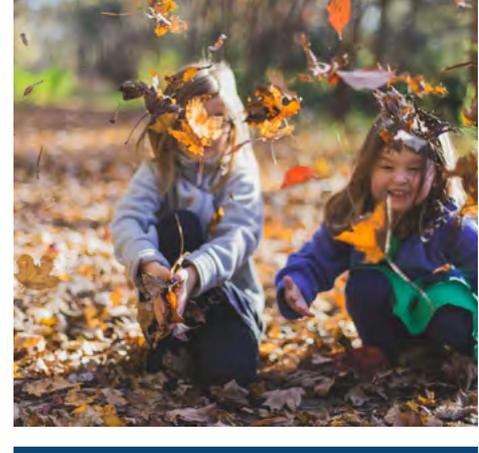
LA STRANA CESURA DEI 10 ANNI CHE DIMINUISCE L'AUTOSTIMA

La ricerca rileva che il cambiamento della percezione di sé avviene intorno ai 10 anni ed è una svolta repentina, un momento di passaggio complesso, quasi sempre difficile, che riguarda più aspetti del vissuto del bambino. Il risultato appare da un confronto dei dati per classe di età e mostra che le bambine sono più colpite da questo cambiamento rispetto ai coetanei maschi: tra le bambine si nota che intorno ai 6 anni il livello di autostima è buono o ottimo nel 69% dei casi, a 10 anni la percentuale scende al 57% e poi risale al 63% nelle dodicenni.

Dall'analisi emerge che proprio tra i 10 e i 12 anni nei bambini si manifesta una tendenza alla riduzione dei comportamenti di apertura, di fantasia e di scoperta rispetto alla fascia 8-9 anni: a conferma, verso i 10 anni i bambini iniziano a prediligere la propria stanza come luogo per giocare e passare il tempo, una scelta che indicherebbe da un lato la parziale chiusura verso l'esterno, dall'altro una maggiore consapevolezza della propria individualità. **Marta Rizzi**, psicologa e psicoterapeuta esperta in età evolutiva e terapia genitoriale, commenta queste indicazioni affermando che anche per i bambini "avere una buona autostima significa riconoscere le proprie risorse, ammettere con serenità i propri limiti, individuando le aree in cui migliorarsi. Per poter sviluppare una buona autostima è indispensabile mettersi alla prova, conoscersi, relazionarsi e sbagliare. I due anni appena trascorsi a causa dell'isolamento, prima, e l'esposizione, ora, a emozioni intense e allarmanti, hanno avuto un riflesso più impattante e significativo sui bimbi di 10 anni, nei quali l'incertezza e l'incognita del contesto è risuonata sulla loro normale fase di transizione".

L'ASTRONAUTA NON ATTIRA PIÙ, IL CALCIATORE RESISTE

La ricerca ha provato a indagare anche l'immaginario della Generazione Alfa rispetto alla professione da fare "da grandi". I risultati mostrano un cambiamento anche in questo caso, che potrebbe essere collegato anch'esso al periodo vissuto negli ultimi due anni: il 13,8% afferma che da grande farà il medico, figura che evidentemente non fa più paura ai piccoli ma viene associata a un'immagine positiva di protezione e di persona che fa del bene agli altri. La passione per i cuccioli e gli animali tipica di tantissimi bambini è forse all'origine del 6,5% di chi afferma di voler fare il veterinario, seconda scelta professionale in assoluto, mentre fare il calciatore è l'obiettivo del 6,4% degli intervistati. Mondo dello spettacolo e dell'intrattenimento raccolgono poco interesse come attività futura: il cantante è un lavoro che attira il 2% dei piccoli intervistati, l'1,2% vorrebbe fare l'attore, lo 0,5% il musicista, mentre l'1,3% pensa di diventare uno youtuber e l'0,8% un influencer.



Maria Moro

BANCASSICURAZIONE

Italiana Assicurazioni, partnership con illimity per i servizi alle Pmi

La collaborazione permetterà di ampliare l'offerta della piattaforma b-ilty, business store digitale di servizi finanziari e di credito

Italiana Assicurazioni ha siglato una partnership con **illimity** nella bancassicurazione. L'obiettivo dell'accordo è quello di offrire alle piccole e medie imprese, target della piattaforma **b-ilty**, un'ampia gamma di soluzioni assicurative dedicate. **B-ilty** è il primo business store digitale di servizi finanziari e credito a breve, medio e lungo termine per le esigenze delle imprese con fatturato da due a dieci milioni. L'offerta di **b-ilty**, "altamente personalizzabile e sviluppata secondo un approccio open banking", spiega una nota, è in grado di "unire tutti i prodotti e i servizi di una banca completa con quelli di partner selezionati".



Il ruolo di **Italiana Assicurazioni** nell'accordo sarà quello di mettere a disposizione di **illimity** la sua offerta, andando a coprire due ambiti cruciali di ogni attività produttiva: la protezione dell'impresa e del suo business e i servizi per l'impresa e per i suoi dipendenti. "Rientrano le soluzioni assicurative all'avanguardia e di riferimento nel mercato pensate per tutelare le Pmi nei loro rischi caratteristici o tipici della attuale realtà interconnessa e digitale", sottolinea la nota,

aggiungendo che l'imprenditore trova, inoltre, "soluzioni di welfare aziendale con cui garantire il massimo supporto al proprio patrimonio più prezioso: il capitale umano".

Una strategia condivisa, quella di raccogliere in un unico ecosistema prodotti e servizi erogati da partner, con l'obiettivo di integrare le migliori offerte.

"Siamo estremamente soddisfatti di realizzare questa importante sinergia con **b-ilty**, ed essere partner in un progetto così ambizioso e innovativo", ha spiegato il direttore generale di **Italiana Assicurazioni**, **Roberto Laganà**, che ha sottolineato come questa sarà "una collaborazione strategica a cui contiamo di dare un grande contributo attraverso i nostri valori, la professionalità dei nostri intermediari e l'ampiezza della nostra offerta. Sono certo che il connubio di innovazione e tradizione siano gli ingredienti giusti per conquistare sul campo la fiducia degli imprenditori".



Beniamino Musto

INSURANCE CONNECT
È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina



in

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

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2022

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline | Corso Magenta 61, Milano



OPENING SESSION: 8 GIUGNO 2022

ASSICURAZIONE E INNOVAZIONE: QUALE VALORE PER IL PAESE?

Lo scenario economico, sociale, sanitario, e in generale la maggiore complessità dei rischi, impongono al settore assicurativo di intervenire con più incisività nell'organizzazione, gestione e valorizzazione dei dati. L'obiettivo è andare oltre il concetto di "personalizzazione", a cui le compagnie hanno lavorato molto negli ultimi tempi per migliorare le attività di underwriting, la conoscenza del cliente e il prodotto assicurativo. Fare tesoro del lavoro svolto intorno al concetto di personalizzazione significa oggi, per compagnie e canali distributivi, essere in grado di sviluppare idee, strumenti, iniziative capaci di indirizzare nuove risposte ai cambiamenti in atto, dai rischi climatici al welfare, dalla mobilità all'abitazione. Questo salto di qualità passa attraverso l'utilizzo delle informazioni, l'efficienza e la velocità, e attraverso la capacità di intercettare, in particolare grazie alla costruzione di ecosistemi, soluzioni di prevenzione, protezione, servizio. Alla base di questo processo restano le strategie e le partnership mirate, la tecnologia. E soprattutto l'applicazione di nuovi modelli di business che sappiano tradurre l'innovazione in valore per il cliente.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

- 09.30 – 09.50 ► **WORLD P&C INSURANCE REPORT 2022**
Cambiamento climatico: l'evoluzione dell'offerta assicurativa verso la resilienza e la sostenibilità grazie a modelli dati più efficaci
Michele Inglese, head of sales - financial services di Capgemini in Italy
- 09.50 – 10.10 ► **TAVOLA ROTONDA – EVOLUZIONI SOCIALI E TRASFORMAZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA**
- Matteo Bonati, insurance director di Capgemini in Italy
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura
- 10.10 – 10.30 ► **ASSICURAZIONI E ESG: UNA QUESTIONE DI BUSINESS**
Filippo Sirotti, senior director - offering development - insurance market di Crif
- 10.30 – 10.50 ► **TAVOLA ROTONDA – L'INNOVAZIONE NEL CONTROLLO DEI RISCHI**
- Alessandro Molinari, amministratore delegato e direttore generale di Itas Mutua
- Tiziana Tafaro, presidente del Consiglio Nazionale Attuari
- 10.50 – 11.10 ► **TECNOLOGIA PER NUOVI MODELLI DI CONSUMO**
Marco Burattino, direttore commerciale Italia e Polonia di Guidewire
- 11.10 – 11.30 ► **COFFEE BREAK**

ISCRIVITI CLICCANDO QUI



(*) invitato a partecipare

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2022

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

8 GIUGNO 2022

WWW.INSURANCECONNECT.TV

MATTINO 11:30 - 13:00

IL VALORE DI UN MODELLO DISTRIBUTIVO IBRIDO

La pandemia ha confermato la centralità del canale fisico come punto di riferimento per la relazione con il cliente, a patto che gli intermediari sappiano orchestrare il presidio del mercato avvalendosi di strumenti tecnologici capaci di favorire efficienza, agilità e immediatezza di dialogo con la clientela.

Modera – Lucia Mauro, communications consultant & team coach e docente Cineas del Master in Management & Leadership skills

11:30 - 11:50 – Tecnologia, velocità e semplicità al servizio dell'intermediario: il modello Prima

Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

11:50 - 13:00 – Tavola rotonda

- Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz
- Vincenzo Cirasola, presidente del Gruppo Agenti Generali Italia
- Filippo Gariglio, presidente del Gruppo Agenti Reale Mutua
- Gaetano Vicinanza, presidente del Gruppo Agenti Sara

SESSIONE TEMATICA INSURTECH

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

ASSICURAZIONI E INSURTECH, UNA PARTNERSHIP ALLA RICERCA DI NUOVI MODELLI DI SERVIZIO

Come applicare l'innovazione tecnologica alla complessità del business assicurativo e all'evoluzione delle esigenze del cliente? Molte le aspettative derivanti dalla crescita dell'insurtech nel nostro Paese, così come si moltiplicano gli ambiti in cui il settore può sviluppare idee e progetti per migliorare processi, prodotti e servizi, e in generale la qualità percepita dal cliente anche in un contesto di ecosistema assicurativo.

14:00 - 14:20 – Metodi e applicazioni per l'innovazione

Adriano De Matteis, managing director di Rga in Italia

14:20 - 14:50 – Tavola rotonda – Esperienze a confronto

Modera: Adriano De Matteis, managing director di Rga in Italia

- Germano Buttazzo, co-founder di Ufoo
- Flavio De Laurentis, ceo di AllWell
- Eleonora Del Vento, co-founder di viteSicure

14:50 - 15:10 – Il futuro dell'intermediario assicurativo: nuovi rischi, digitalizzazione e consulenza

Igor Tunesi, direttore Facile.it Partner

15:10 - 15:30 – Ecosistemi applicativi e soluzioni evolute "data driven" per l'innovazione in chiave digital del business assicurativo e della gestione del cliente

- Fabio Piccinini, presidente Gruppo Atumtek e founder & ceo di Atum Technologies & Solutions
- Luciano Polinari, founder & ceo di Tecso – An Atum Company



(*) invitato a partecipare

SESSIONE TEMATICA ECOSISTEMI ASSICURATIVI

 **INSURANCE CONNECT
INNOVATION SUMMIT 2022**

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

8 GIUGNO 2022

WWW.INSURANCECONNECT.TV

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

ECOSISTEMI ASSICURATIVI: A CHE PUNTO SIAMO?

In un'ottica di evoluzione del concetto di assicurazione in grado di fornire servizi a valore aggiunto in ambito salute, mobilità, property, abitazione, il settore sta ampliando il suo raggio di azione attraverso le tecnologie, le partnership e la creazione di nuovi modelli di business. Cosa è stato fatto finora e cosa ancora resta da fare?

15:30 - 15:40 – **L'integrazione di Eco-sistema dal prodotto alla distribuzione abilitato dall'innovazione tecnologica**

Matteo Bonati, insurance director di Capgemini in Italy

15:40 - 16:00 – **Lo sviluppo dell'ecosistema della salute**

Intervento a cura di sponsor

16:00 - 17:00 – **Tavola rotonda**

Moderata da Matteo Bonati, insurance director di Capgemini in Italy

- Emanuele Basile, Regional head of Rsa Case Underwriting – France, Italy, Spain, Portugal, Greece and Turkey

- Giacomo Gargani, head of strategy di Axa Italia

- Gianfilippo Lena, ceo di Telepass Assicura

- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer del gruppo Unipol

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2022

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline | Corso Magenta 61, Milano



OPENING SESSION: 9 GIUGNO 2022

OPEN INSURANCE E MODELLI DI SERVIZIO

Connected e open insurance, centralità del servizio, offerta adeguata al canale distributivo, customer experience. Su queste direttrici si trasforma l'industria assicurativa e la sua rilevanza nel nostro Paese.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e Insurance Trade

TECNOLOGIE PER LA CONNECTED E OPEN INSURANCE: COSÌ IL SETTORE ASSICURATIVO VALORIZZA CLOUD, BIG DATA, MACHINE LEARNING E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

- | | |
|---------------|--|
| 09.30 – 10.10 | ▶ TAVOLA ROTONDA - Alberto Garuccio, head of ecosystem and open insurance di Reale Mutua - Giulio Salvadori, direttore degli osservatori Internet of things, Connected car & mobility e Smart city del Politecnico di Milano - Luigi Vassallo, chief operating officer di Sara Assicurazioni |
| 10.10 – 10.30 | ▶ ECOSISTEMI INSURANCE: COMPAGNIE ED INSURTECH Sergio Dizza, SVP head of insurance Italy di Ntt Data |
| 10.30 – 10.50 | ▶ L'INNOVAZIONE COME RISPOSTA A CAMBIAMENTI SOCIALI, INDUSTRIALI E COMMERCIALI - Michele Carmina, group data & digital di Generali - Marco Mazzucco, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore vita e welfare di Reale Group |
| 10.50 – 11.10 | ▶ CLOUD, OMNICANALITÀ E INNOVAZIONE: IL VALORE NEL MONDO INSURANCE - Giancarlo Sassi, senior Enterprise sales executive di Genesys - Marco Tommasucci, key account manager Finance di ComApp |
| 11.10 – 11.30 | ▶ COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI



(*) invitato a partecipare

SESSIONE TEMATICA GESTIONE SINISTRI

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2022

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

9 GIUGNO 2022

WWW.INSURANCECONNECT.TV

MATTINO 11:30 - 13:00

COME MIGLIORARE PROCESSI, ATTIVITÀ LIQUIDATIVE E CONTRASTO ALLE FRODI

Il consumatore ibrido pone alle compagnie molte sfide per competere nell'area più delicata del rapporto con il cliente: la gestione dei sinistri. Servono dunque tecnologie, modelli organizzativi e di servizio che, in un contesto omnicanale, sappiano garantire controllo dei costi e vantaggio competitivo.

Modera – *Giorgia Assouad, senior engagement manager di Mbs Consulting*

11:30 - 11:50 – Intervento a cura di sponsor

11:50 - 13:00 – **Tavola rotonda**

- Luigi Baccaro, head of claims di Sara Assicurazioni
- Giuliano Basile, responsabile claims di Generali Italia
- Serena Boni, responsabile servizi liquidazione di Linear
- Massimiliano Caradonna, senior vice president Dekra Group - Region Central East Europe & Middle East
- Lorena Ricci, head of claims services di Zurich Italia
- Compagnia di assicurazione *

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

SOLUZIONI PER LO SVILUPPO DELLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

Se da un lato le piattaforme tecnologiche ricoprono un crescente ruolo di facilitatore sotto il profilo operativo e di dialogo con il cliente, dall'altro cresce l'attenzione degli intermediari alla necessità di sviluppare l'offerta assicurativa e le tante aree di protezione (e servizio) per cittadini e imprese non ancora sufficientemente diffuse nel nostro Paese.

Modera – *Fabio Orsi, partner di Innovation Team*

14:00 - 14:20 – **Tecnologia e nuovo business per gli intermediari**

Stefano Sardara, presidente del consiglio di amministrazione e amministratore delegato di DoubleS Insurance Broker

14:20 - 14:40 – **Piattaforme tecnologiche: cosa serve agli intermediari e ai clienti**

Presentazione della ricerca realizzata da Fabio Orsi, partner di Innovation Team

14:40 - 15:30 – **Tavola rotonda**

- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Graziano Piagnerelli, presidente del Gate - gruppo agenti Nobis
- Stefano Sardara, presidente del consiglio di amministrazione e amministratore delegato di DoubleS Insurance Broker
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati



(*) invitato a partecipare

SESSIONE TEMATICA CUSTOMER EXPERIENCE

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2022

8-9 GIUGNO 2022 | 9:00 - 17:00

9 GIUGNO 2022

WWW.INSURANCECONNECT.TV

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

LA FLUIDITÀ DEL CUSTOMER JOURNEY

Le strategie delle compagnie si basano sul concetto di omnicanalità: un sistema fatto di tecnologia, conoscenza, capacità di relazione con il singolo cliente, che diventa soggetto con il quale interloquire con facilità, qualità e puntualità. Intervendo così con la giusta offerta, al momento giusto, sul canale giusto e in funzione di esigenze specifiche.

Modera – Nicola Ronchetti, ceo di Finer

15:30 - 15:50 – **Il video personalizzato e interattivo al centro di una customer experience di valore: il caso Unipol**

Francesco Compiani, product manager of Interactive Experience di Doxee

15:50 - 16:50 – **Tavola rotonda**

- Roberta Avanzini, head of research and development di Bnp Paribas Cardif

- Marco Brachini, chief marketing, brand and customer relationship officer di Sara Assicurazioni

- Carlalberto Crippa, direttore marketing e business development di Cattolica Assicurazioni

- Letizia D'Abbondanza, chief customer officer di Axa Italia

- Giuseppe D'Elia, head of customer office & direct channels di Zurich Italia

16:50 - 17:00 – **Chiusura lavori**

Paolo Giordano, head of frog in Italy, part of Capgemini Invent

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor

