

PRIMO PIANO

Cattolica verso il delisting

Generali ha comunicato oggi in una nota di aver concluso l'acquisto di oltre 15 milioni di azioni di Cattolica, corrispondenti a circa il 6,834% del capitale della compagnia veronese, attraverso una procedura di reverse accelerated book-building (Rabb), rivolta esclusivamente a investitori qualificati in Italia e investitori istituzionali esteri. Il corrispettivo pagato è di 6,75 euro per ciascuna azione, un valore che incorpora un premio sul prezzo di chiusura dell'azione ordinaria Cattolica alla data del 23 maggio 2022, per un esborso complessivo di oltre 105 milioni, che saranno versati giovedì 26 maggio.

Il Leone di Trieste, che già deteneva 192.896.731 azioni Cattolica (pari al 84,475% del capitale sociale), per effetto dell'operazione annunciata oggi arriva a detenere direttamente il 91,308% della compagnia controllata. Conseguentemente, Generali ottempererà "all'obbligo di acquistare dai restanti azionisti di Cattolica che ne facciano richiesta tutte le residue azioni ordinarie in circolazione", cioè oltre 19 milioni di azioni (corrispondenti all'8,494% del capitale). Il superamento della soglia del 90% pone le condizioni per l'operazione di Opa residuale per poter arrivare a detenere l'intero capitale di Cattolica e procedere al delisting del titolo.

Beniamino Musto

RICERCHE

Assicurazioni, come affrontare il cambiamento climatico

Un recente report di Capgemini ed Efma denuncia la scarsa capacità di resilienza climatica delle compagnie: le imprese appaiono consapevoli del rischio, ma fanno ancora poco per favorire l'adattamento alla crescita degli eventi meteorologici avversi

Il cambiamento climatico è senza dubbio uno dei grandi rischi della nostra epoca. Anche (e soprattutto) per chi fa della gestione del rischio la sua principale ragione di business, ossia le compagnie assicurative. Eppure, nonostante la crescente attenzione e i continui proclami degli ultimi tempi, molto resta ancora da fare per raggiungere quella che la prima edizione del *World Property and Casualty Insurance Report*, pubblicato recentemente da **Capgemini** ed **Efma**, definisce "resilienza climatica": secondo i risultati della ricerca internazionale, intitolata *Walking the Talk: How insurers can lead climate change resiliency*, appena l'8% delle compagnie assicurative può definirsi *resilience champion* o almeno *front runner* nelle strategie

di adattamento e mitigazione degli effetti del cambiamento climatico. Insomma, solo pochissime imprese, come si legge in una nota stampa congiunta, possono dirsi davvero "in possesso di una governance solida, avanzate capacità di analisi dei dati, una forte attenzione alla prevenzione dei rischi", nonché in grado di "promuovere la resilienza attraverso strategie di underwriting e investimento".

"Nonostante la maggior parte delle compagnie assicurative riconosca l'impatto del cambiamento climatico, c'è ancora molto da fare in termini di azioni concrete per sviluppare strategie di resilienza climatica", ha commentato **John Berry**, ceo di Efma. "Dal momento che i clienti prestano un'attenzione sempre maggiore all'impatto del cambiamento climatico sulle loro vite – ha proseguito – le compagnie assicurative devono impegnarsi nel combatterlo, facendo evolvere la propria offerta per promuovere il ruolo cruciale della sostenibilità e rimanere competitive in un mercato in continua trasformazione".

IL COSTO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

E dire che il cambiamento climatico ha già avuto modo di dimostrare tutta la sua capacità distruttiva. (continua a pag. 2)



INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1)

Il rapporto, a tal proposito, stima che le perdite economiche causate dal cambiamento climatico negli ultimi trent'anni siano aumentate del 250% a livello globale. Più nel dettaglio del settore assicurativo, il report evidenzia che negli ultimi trent'anni le catastrofi naturali hanno provocato un aumento di 3,6 volte delle perdite assicurate, contro il "solo" raddoppio registrato fra le perdite non assicurate. Ciò, se da un lato costituisce un dato estremamente preoccupante, rappresenta anche, almeno secondo i curatori del rapporto, "un'opportunità per le compagnie assicurative di intervenire e adattarsi per servire al meglio i clienti in un panorama dinamico".

Il cambiamento climatico sta dunque avendo un impatto considerevole sul comparto delle polizze. E la crescita degli eventi meteorologici avversi sta generando uno scenario particolarmente sfavorevole per le imprese del settore.

CLIENTI PIÙ CONSAPEVOLI

Anche la clientela appare decisamente più conscia del rischio generato dal cambiamento climatico. Oltre l'80% dei clienti individuali e del segmento *small commercial* del settore assicurativo, in questo contesto, si dice estremamente consapevole degli effetti del cambiamento climatico e dichiara di aver intrapreso negli ultimi dodici mesi un'iniziativa volta a promuovere la sostenibilità.

Più in generale, il 73% degli assicurati considera il cambiamento climatico come una delle principali fonti di preoccupazione. Il 40% delle compagnie afferma di condividere questo timore, ritenendo che il tema costituisca, prosegue la nota, "una priorità assoluta" e che inoltre "copertura assicurativa e redditività rappresentino le principali legate al clima". Peccato però che, come visto, il mercato non sia andato finora molto al di là delle parole: a tanta consapevolezza non è corrisposta una contestuale revisione dei processi e delle risorse stanziati per l'adattamento al cambiamento climatico.

UN EQUILIBRIO FRA PREVENZIONE E GESTIONE

Per passare dalle parole ai fatti, secondo il rapporto, le compagnie "devono rivedere i propri modelli di business e trovare un equilibrio tra prevenzione e gestione del rischio". I risultati del report, in questo ambito, suggeriscono la necessità di sviluppare quello che viene definito un "framework di resilienza climatica" per costruire le competenze richieste da uno scenario di rischio in continuo cambiamento. Il report consiglia inoltre alle compagnie assicurative "di riconsiderare gli attuali modelli di valutazione del rischio, di implementare la prevenzione del rischio su larga scala e di promuovere strategie di investimento e di underwriting sostenibili, andando oltre le semplici attività di esclusione e disinvestimento, per poter così creare un ecosistema di resilienza".

"L'impatto del cambiamento climatico sta costringendo le compagnie assicurative a intervenire e a svolgere un ruolo di primo piano nella mitigazione dei rischi", ha commentato **Matteo Bonati**, insurance director di Capgemini in Italia. "Le compagnie che danno la priorità alla sostenibilità saranno in grado di prendere decisioni di business intelligenti e di lungo periodo, con un impatto positivo sulla loro rilevanza e crescita futura: è fondamentale – ha aggiunto – abbinare il trasferimento innovativo dei rischi con la prevenzione degli stessi, oltre a individuare l'accountability all'interno di un executive team al fine di garantire che gli obiettivi da raggiungere siano prioritari".

STEP PER ESSERE RESILIENCE CHAMPION

Qualche passo in avanti, a onor del vero, negli ultimi anni è stato compiuto. Il rapporto ricorda che l'82% delle già citate "resilience champion" ha nominato un *chief sustainability officer* o una figura equivalente, quasi il 77% ha integrato dati sul rischio climatico nei suoi prodotti e servizi, circa il 60% si trova in una fase avanzata di implementazione di modelli di pricing basati sul machine learning e il 53%, infine, sta utilizzando nuove fonti di dati sui rischi.

Altro ancora è possibile fare per migliorare il livello di resilienza climatica nel settore assicurativo. Il rapporto individua in particolare tre iniziative. Innanzitutto, incorporare la resilienza climatica nella propria strategia di sostenibilità aziendale e assegnare ai dirigenti senior azioni strategiche per assicurarne *ownership* e *accountability*. In secondo luogo, ridefinire l'approccio di innovazione per colmare il divario tra gli obiettivi a lungo termine e la pianificazione a breve termine, integrando la resilienza nella loro intera catena del valore. E infine ridisegnare la strategia tecnologica, focalizzandosi su innovazione di prodotto, customer experience e corporate citizenship, attraverso l'integrazione di tecnologie come IoT, cloud, AI, machine learning e quantum computing.



TECNOLOGIE

Net Insurance lancia Net Care

La soluzione, realizzata in partnership con Connect Reply, offre servizi di protezione in un unico ambiente integrato

Net Insurance si allea con Connect Reply, società del gruppo Reply specializzata in servizi integrativi del mondo fisico e digitale attraverso soluzioni IoT. Le due realtà, con una nota congiunta, hanno annunciato il lancio di Net Care, una nuova soluzione B2B2C che offre, "in un unico ambiente integrato servizi di protezione completi e semplici da sottoscrivere".

La soluzione prevede un approccio *as a service* e, nel dettaglio, consente di acquistare e gestire le proprie coperture assicurative fino alla liquidazione dei sinistri, al monitoraggio dei dispositivi IoT e alla ricezione di notifiche e alert. La piattaforma, spiega la nota, abilita inoltre "servizi assicurativi B2B in una soluzione chiavi in mano confezionata ad hoc per soddisfare al meglio le esigenze specifiche del cliente, innestando servizi anche lontani dal core-business delle due società con il coinvolgimento di una serie di partner specializzati messi a portfolio da Net Insurance o, se non presenti, con la possibilità di creare nuove collaborazioni". Il vantaggio principale per il cliente risiede invece nella possibilità di interfacciarsi con un unico interlocutore per ricevere più servizi, cosa che consente di ridurre la complessità e raggiungere un certo risparmio economico attraverso dinamiche di cross-selling.

"Mettendo a sistema la consolidata esperienza nel settore e il network di partner di Net Insurance e il nostro know-how tecnologico abbiamo sviluppato la soluzione Net Care per arricchire di molteplici funzionalità le applicazioni dei nostri clienti telco e utilities", ha commentato **Daniele Vitali**, founder di Connect Reply. "Il valore aggiunto che siamo riusciti a creare – ha proseguito – si presta a essere messo a disposizione di numerose industrie ed è la direzione che intendiamo intraprendere in qualità di acceleratori della trasformazione digitale". Per **Fabio Pittana**, chief operating officer di Net Insurance, "la partnership con Reply nasce dalla volontà di reinterpretare il rapporto tra cliente e assicurazione, utilizzando tutto il potenziale che la tecnologia ci dà: siamo molto soddisfatti – ha aggiunto – del grado di innovazione raggiunto, che ci consente sia di andare incontro a nuovi potenziali target di consumatori, a partire dalle generazioni più giovani, sia di offrire una protezione completa a chi ha a cuore il benessere dei propri cari".

G.C.

COMPAGNIE

Accordo Vittoria e Nsa Soluzioni Assicurative nel business delle Pmi

La compagnia entra nel capitale della società di brokeraggio tramite un aumento di capitale dedicato, di cui non sono stati resi noti i dettagli

Vittoria Assicurazioni e Nsa Soluzioni Assicurative (Nsa Sa), società di brokeraggio del gruppo Nsa, siglano un "accordo strategico volto a rafforzare e ampliare la reciproca posizione nel mercato delle Pmi", come si legge in una nota congiunta. La compagnia entra nel capitale di Nsa Sa tramite un aumento di capitale dedicato, di cui non sono stati resi noti i dettagli. La partnership, continua il comunicato, è stata stipulata "dopo un periodo di collaborazione estremamente positivo con risultati soddisfacenti per entrambe le parti".

Una delle caratteristiche distributive è il metodo di pagamento: le imprese possono scegliere se assicurarsi con una polizza di durata annuale o poliennale e pagare il premio mensilmente senza interessi e spese. La dilazione, fanno sapere le società, "non avrà alcun effetto sui finanziamenti bancari che l'impresa ha già in essere e non porterà nessuna segnalazione sulla centrale rischi".

In caso di difficoltà finanziarie, il cliente potrà sospendere temporaneamente il pagamento del premio mensile e della copertura assicurativa per riprenderli appena la situazione sarà tornata alla normalità. Il piano prevede che l'offerta assicurativa raggiunga nel prossimo triennio circa 6.000 piccole e medie imprese, "grazie anche a un importante potenziamento dell'attuale rete di consulenti assicurativi", spiegano Vittoria e Nsa Sa. Quest'ultima ha già avviato un'attività di ricerca e selezione di nuove risorse.

Fabrizio Aurilia

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 24 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

