

## PRIMO PIANO

# Allianz vende in Russia

Allianz inizia la propria uscita dal mercato russo.

Il gruppo tedesco, lo scorso venerdì, ha annunciato la vendita di una quota di maggioranza delle sue operazioni in Russia a Interholding, società che al momento controlla l'assicuratore russo Zetta Insurance.

Al termine dell'operazione, come sempre soggetta alle consuete approvazioni regolamentari, Allianz manterrà una quota del 49,9%.

Il gruppo tedesco, come si legge in una nota stampa, stima che la transazione potrà avere "un impatto negativo di 0,4 miliardi di euro sul conto economico di Allianz, in gran parte dovuto alla riclassificazione dell'impatto negativo del cambio sul patrimonio netto".

Nessun effetto invece per quanto riguarda la solvibilità della capitalizzazione e sulla posizione di cassa del gruppo finanziario.

L'accordo fa seguito alla decisione di Allianz, annunciata a marzo, di non stringere nuovi affari e di ridimensionare in maniera ordinata le proprie attività in Russia a seguito dell'invasione dell'Ucraina. La transazione appena resa nota, conclude il comunicato, si propone di "assicurare continuità a clienti e dipendenti".

Giacomo Corvi

## RICERCHE

# La corsa del prezzo del cibo, spinta dal caro-energia

**L'Istat certifica un aumento dei prezzi del 6,9% rispetto a un anno fa: un livello che non si registrava dal marzo 1986. Tra i beni più coinvolti nel trend ci sono gli alimenti: secondo un'indagine di Allianz Trade, nel 2022 gli italiani dovranno sborsare ben 229 euro in più per la spesa alimentare**

Se fino a poco tempo fa l'inflazione in Europa era per lo più limitata alle discussioni tra gli economisti, oggi ha preso una rapida forma reale con cui cittadini e imprese stanno sempre di più facendo i conti. In Italia, secondo le stime preliminari dell'Istat, nel mese di maggio l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (al lordo dei tabacchi) ha registrato un aumento dello 0,9% su base mensile e del 6,9% su base annua (da +6% del mese precedente).

### UN LIVELLO CHE NON SI REGISTRAVA DA MARZO 1986

"A maggio, dopo il rallentamento di aprile, l'inflazione torna ad accelerare salendo a un livello che non si registrava da marzo 1986 (quando fu pari a +7%)", commenta l'Istat in una nota, aggiungendo che gli elevati aumenti dei prezzi dei beni energetici continuano a essere il traino dell'inflazione (con quelli dei non regolamentati in accelerazione) e le loro conseguenze si propagano sempre più agli altri comparti merceologici, i cui accresciuti costi di produzione si riverberano sulla fase finale della commercializzazione. "Accelerano i prezzi al consumo di quasi tutte le altre tipologie di prodotto, con gli alimentari lavorati che fanno salire di un punto la crescita dei prezzi del cosiddetto carrello della spesa che si porta a +6,7%, come non accadeva dal marzo 1986 (quando fu +7,2%).

Nel dettaglio la crescita dei prezzi dei beni energetici passa da +39,5% di aprile a +42,2%; la crescita dei prezzi degli energetici regolamentati è stabile a +64,3%, dei beni alimentari (da +6,1% a +7,1%), soprattutto dei beni alimentari lavorati (da +5% a +6,8%).

L'inflazione acquisita per il 2022 in Italia è pari a +5,7% per l'indice generale e a +2,5% per la componente di fondo. Secondo le stime preliminari dell'Istat, l'indice armonizzato dei prezzi al consumo (Iapca) registra un aumento su base mensile dello 0,9% e del 7,3% su base annua (da +6,3% nel mese precedente).

(continua a pag. 2)





## INSURANCE CONNECT È SU TWITTER

Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

## GLI IMPATTI SUL SETTORE ALIMENTARE IN EUROPA

Energetici a parte, come abbiamo visto, uno dei settori più coinvolti dalla corsa dei prezzi è quello alimentare. Su questo tema **Allianz Trade** (il nuovo marchio del gruppo Allianz che distribuisce i servizi forniti da **Euler Hermes**) ha realizzato uno studio sugli impatti dell'inflazione nel settore alimentare in Europa, con un approfondimento sul mercato italiano.

Dopo aver assistito a un generale aumento nel 2021 (+31%), Allianz Trade prevede una ulteriore crescita dei prezzi fino a stimare un +23% nel 2022, a causa dell'aumento dei costi delle materie prime come il carburante, l'elettricità e i fertilizzanti. A incidere sui prezzi anche i modesti rendimenti agricoli, che si sono tradotti in basse scorte, e, più recentemente, l'invasione russa in Ucraina, che ha avuto un impatto non solo sulla fornitura di generi alimentari, come grano e petrolio, ma ha anche prodotto effetti sui prezzi dei prodotti sostitutivi.



## GLI ITALIANI DOVRANNO SPENDERE IN MEDIA 299 EURO IN PIÙ PER LA SPESA

Tutto questo, sottolinea lo studio, avrà una ricaduta pesante sui consumatori finali. Utilizzando la stima per la quale i rivenditori trasferiscono sui consumatori l'equivalente del 75% dell'aumento dei costi della produzione, Allianz Trade ritiene che l'inflazione alimentare inciderà sulla spesa del consumatore europeo in media di 243 euro in più, per lo stesso paniere di prodotti alimentari, rispetto al 2021.

Analizzando questo maggior esborso, tra i Paesi presi in analisi, si stima che gli italiani, nel 2022, dovranno mettere a budget 229 euro in più per la spesa alimentare, rispetto al 2021. In Germania si arriverà addirittura a spendere 254 euro in più, in Francia 224 euro in più, in Spagna 200 euro, mentre, in Polonia l'incremento sarà contenuto a 152 euro.

"In Italia – spiega **Luca Burrafato**, responsabile Paesi Mediterranei, Medio Oriente e Africa per Allianz Trade – tutti i principali beni alimentari acquistati dalle famiglie sono in aumento. La pasta, dal 2021 a oggi, ha segnato il maggior incremento con un +12,5%, olii e grassi sono a +10,3% e le verdure +10%. Seguono, con incrementi appena al di sotto la doppia cifra, la frutta, la carne e le bevande".

## E IL PEGGIO POTREBBE ANCORA VENIRE

I produttori di alimenti e bevande dell'Eurozona hanno già provveduto ad apportare rincari in media del +14%, dall'inizio del 2021, con maggiori aumenti riscontrati soprattutto nei prodotti in uso nella vita quotidiana, inclusi oli e grassi (+53%), farine (+28%) e pasta (+19%).

Tendenza diversa quella dei prezzi al dettaglio degli alimenti, che hanno registrato solo un modesto +6%; il che significa che i rivenditori hanno per ora trasferito meno della metà dei costi più alti di produzione sui consumatori finali.

Secondo Allianz Trade, gli episodi passati dimostrano che "quando si è registrata un'elevata inflazione alimentare, l'adeguamento dei costi nei confronti del consumatore finale è avvenuta sempre con un certo ritardo". Tenuto conto di un aumento generale del costo della vita (carburante, elettricità, affitti, cibo fuori casa, ecc.), "è probabile che questo incremento dei costi darà luce a dibattiti su possibili interventi del welfare, per alleviare l'onere nei confronti delle famiglie maggiormente in difficoltà".

## L'ALLARME DELLA COLDIRETTI

Un allarme analogo era stato lanciato un paio di mesi fa anche dalla **Coldiretti**, che in una nota, aveva stilato anche una top ten degli aumenti dei prodotti alimentari registrati nel corso dell'ultimo anno (basata su dati Istat). Al primo posto c'è l'olio di semi (girasole, mais, ecc.) con un aumento del 19%; seguono la verdura fresca (+17%), la pasta (+12%), il burro (+11%), frutti di mare (+10%), la farina (+9%), la margarina (+7%), la frutta fresca (+7%), il pesce fresco (+6%) e la carne di pollo (+6%).

Secondo il presidente della Coldiretti, **Ettore Prandini**, "bisogna intervenire per contenere il caro energia e ridurre la dipendenza dall'estero per l'importazione di prodotti alimentari". L'Italia, ha aggiunto, "deve puntare ad aumentare la propria produzione di cibo recuperando lo spazio fino a oggi occupato dalle importazioni che sono sempre più esposte a tensioni internazionali e di mercato, lavorando per accordi di filiera tra imprese agricole e industriali con precisi obiettivi qualitativi e quantitativi e prezzi equi che non scendano mai sotto i costi di produzione come prevede la nuova legge di contrasto alle pratiche sleali".

Per questo bisogna agire subito, "facendo di tutto per non far chiudere le aziende agricole e gli allevamenti sopravvissuti incentivando le operazioni di ristrutturazione e rinegoziazione del debito delle imprese agricole a 25 anni attraverso l'Ismea, prevedendo nuovi sostegni urgenti per filiere più in crisi a causa del conflitto e del caro energia e fermando le speculazioni sui prezzi pagati degli agricoltori con un efficace applicazione del decreto sulle pratiche sleali", ha concluso Prandini.

INTERMEDIARI

## Convegno Uea, le regole siano uguali per tutti i distributori

**In occasione del 48esimo appuntamento annuale dell'associazione, la discussione si è concentrata attorno al ruolo e alle prerogative degli attori della distribuzione assicurativa nel loro rapporto con la tutela dei consumatori**

Si è chiuso da pochi giorni il 48esimo convegno annuale di Uea, quest'anno svoltosi in presenza a Sorrento, dopo la cancellazione dell'edizione 2021 a causa delle restrizioni imposte per combattere la pandemia di Covid-19.

Il convegno, dal titolo *Chi rispetta la legge e tutela i consumatori? Intermediari a confronto su sanzioni, reclami e compliance*, ha inquadrato il tema sviluppando la discussione intorno al ruolo e alle prerogative degli "attori del variegato mondo della distribuzione assicurativa", come li ha definiti la stessa Uea, in un comunicato a margine dei lavori.

Riguardo all'attività degli intermediari e alle pratiche scorrette, è intervenuto **Massimo Ferrero** della direzione generale Tutela del consumatore di **Agcm**. L'Antitrust si è concentrata in questi anni sulle pratiche di comparatori web e compagnie dirette, rilevando alcune pratiche scorrette, tra cui sconti "non adeguatamente motivati"; preselezione di garanzie accessorie "e la conseguente comparazione solo sul prezzo e non sulle effettive garanzie"; mancanza di chiarezza rispetto al ruolo del comparatore "che essendo un broker non è uno strumento neutro"; aggressività commerciale che determina un'attività di "pushing non richiesto tramite telefonate di sollecitazione all'acquisto" e la stessa attività riguardo al collocamento di polizze legate ai prestiti personali. Le due ultime pratiche, peraltro, sono state oggetto di sanzione (7 milioni di euro) nei confronti di **Facile.it**, ha ricordato Ferrero.

### Agenti e broker ligi alle regole

Proprio riguardo alle sanzioni e ai reclami, ma in questo caso da parte di **Ivass**, **Stefano Petrusi**, partner dello Studio Legale Floreani, ha proposto un'analisi comparativa dei diversi canali distributivi, svelando che il 76% delle sanzioni pecuniarie totali comminate nel 2021 hanno riguardato gli intermediari iscritti in sezione D contro il 16% degli agenti e l'8% dei broker; il rapporto tra numero di iscritti al Rui e segnalazioni all'Ivass, nel triennio 2018-2020, vede gli agenti sotto l'1%, i broker tra 1,6% e 2,8%; mentre gli iscritti in D tra il 3% del 2020 e il 13,7% del 2018.

Al convegno, presente anche la voce delle compagnie con

**Stefano Montanari** (servizio Distribuzione di **Ania**), che ha sottolineato come "il compito delle compagnie, attraverso le reti di intermediazione, sia soprattutto quello di accelerare il necessario cambio di percezione da parte dei consumatori e del sistema Paese per colmare il gap di copertura che ancora scontiamo rispetto ai principali Paesi europei".

Tuttavia, Montanari non ha nascosto che "il web costituisce una grande opportunità per la libertà di scelta del consumatore e per incentivare la concorrenza, l'essenziale è garantire per ogni canale trasparenza e regolamenti comuni", ha precisato.

### Digitalizzazione e competizione sono elementi positivi

Dopo aver descritto le principali differenze tra il nostro sistema distributivo e quelli di Francia e Spagna, **Jean François Mossino**, presidente della commissione agenti del **Bipar**, ha ricordato come dal punto di vista della rappresentanza politica si stia affermando in Europa una posizione comune e trasversale ai diversi Paesi, incentrata sul "valore sociale oltre che economico dell'agente, sul suo ruolo di unico baluardo per la tutela del consumatore, sulla centralità delle reti tradizionali anche in un contesto di omnicanalità".

A chiusura del convegno è intervenuto il presidente di Uea, **Roberto Conforti**, citando "due pietre miliari Uea": il Codice morale del 1973 e la Carta dei diritti dell'assicurato del 1979. In ultima analisi, Conforti ha evidenziato ancora una volta come la digitalizzazione, vista come uno strumento e non come un fine, e la competizione tra distributori "siano elementi positivi solo se regolati in modo equo, trasparente e orientati all'unico scopo della tutela del consumatore".



Roberto Conforti, presidente di Uea

**Fabrizio Aurilia**

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 6 giugno di [www.insurancetrade.it](http://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**



## 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



## 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 - 15:50 – **L'integrazione di Eco-sistema dal prodotto alla distribuzione abilitato dall'innovazione tecnologica**

*Matteo Bonati, insurance director di Capgemini in Italy*

15:50 - 17:00 – **Tavola rotonda**

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

**ISCRIVITI CLICCANDO QUI**



## 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 – 5 best practices su come utilizzare l'intelligenza artificiale nella gestione sinistri

*Pamela Negosanti, global head of Insurance Solutions di expert.ai*

#### 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*

- *Laura Gargasole, responsabile claims di Helvetia*

- *Lorena Ricci, head of claims services di Zurich Italia*

## 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*





## 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*

