

PRIMO PIANO

L'audizione di Donnet in Parlamento

Si è tenuta ieri l'audizione del group ceo di Generali, Philippe Donnet, e del presidente Andrea Sironi, davanti alla commissione banche della Camera. Un appuntamento che era stato inizialmente previsto prima dell'assemblea del 29 aprile.

Nel corso dell'audizione, Donnet ha puntualizzato su vari aspetti su cui è alta la sensibilità dell'opinione pubblica nei confronti di Generali. Primo tra tutti, la questione dell'italianità. "Spesso – ha detto – i pericoli per le Generali non vengono da fuori, ma da questo Paese. Non c'è differenza – ha aggiunto – tra azionisti italiani e stranieri. Sono qui da nove anni, sono francese e anche italiano e leggo da nove anni quest'invenzione dei francesi" che, secondo rumors ricorrenti, sarebbero interessati a Generali. Secondo Donnet, "è una fantasia dei giornalisti, ma non esiste. Se c'è stata una minaccia – ha aggiunto – c'è stata cinque anni fa, ma non da fuori, da questo Paese". Il riferimento è al tentativo di scalata, quasi subito sfumato, da parte di Intesa Sanpaolo.

Donnet ha anche sottolineato che "Generali è importante per il Paese, per questo non deve essere proprietà di alcune famiglie, di alcuni imprenditori. Per me le Generali sono un bene comune, un bene di tutti". Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

IL PUNTO SU...

Il danno morale esiste come fattore autonomo

Una sentenza della Corte di Cassazione ha ribadito la diversità ontologica del danno morale rispetto a quella del danno alla salute

Era l'anno 2020 quando gli ermellini avevano precisato come in materia di rapporto tra danno morale e personalizzazione del danno biologico, nel procedere alla liquidazione del danno alla salute, il giudice di merito doveva: 1) accertare l'esistenza, nel singolo caso di specie, di un eventuale concorso del danno dinamico-relazionale e del danno morale; 2) in caso di positivo accertamento dell'esistenza (anche) di quest'ultimo, determinare il quantum risarcitorio applicando integralmente le Tabelle di Milano (che prevedono la liquidazione di entrambe le voci di danno, ma pervengono all'indicazione di un valore monetario complessivo, costituito dalla somma aritmetica di entrambe le voci di danno); 3) in caso di negativo accertamento, e di conseguente esclusione della componente morale del danno, considerare la sola voce del danno biologico, depurata dall'aumento tabellarmente previsto per il danno morale secondo le percentuali ivi indicate, liquidando, conseguentemente il solo danno dinamico-relazionale; 4) in caso di positivo accertamento dei presupposti per la cosiddetta personalizzazione del danno, procedere all'aumento fino al 30% del valore del solo danno biologico, depurato dalla componente morale del danno automaticamente (ma erroneamente) inserita in tabella, giusta il disposto normativo di cui all'articolo 138, punto 3, del novellato Codice delle assicurazioni (Cassazione civile, Sezione III, 10 Novembre 2020, n. 25164; in senso conforme vedi anche Cass. 10 Febbraio 2021, n. 3310).

Si erano, dunque, affrettati i giudici meneghini a una rivisitazione grafica delle famose tabelle milanesi e, nell'edizione del 2021, l'Osservatorio sulla Giustizia Civile di Milano esplicitava e distingueva il valore monetario riferibile al danno biologico in senso stretto dal valore monetario imputabile alla cosiddetta sofferenza o, come definita dalla Suprema Corte, "danno da sofferenza soggettiva interiore".

Questo per ben ribadire che una cosa è la lesione psicofisica e i connessi aspetti dinamico-relazionali, e un'altra la sofferenza morale conseguente e disancorata dalle menomazioni (il punto tabellare era stato dunque epurato dalla componente morale, erroneamente ricompresa nel valore ivi indicato fino all'edizione del 2018).

LA SOFFERENZA INTERIORE È ALTRO RISPETTO AL VISSUTO

Questo è il principio ora ribadito dalla recente pronuncia della Suprema Corte di Cassazione Sezione 3 Civile nella sentenza 13 aprile 2022, n. 12060.

La vicenda concerne la liquidazione del pregiudizio non patrimoniale patito in seguito a un sinistro stradale. In particolare, la somma liquidata a titolo di danno biologico e di danno morale in favore del danneggiato – deceduto in corso di causa (senza, però, che la sua morte fosse stata dichiarata, per evitare il prodursi dell'effetto interruttivo del giudizio) – veniva determinata assumendo come riferimento la sua sopravvivenza effettiva dopo il sinistro, e non già l'aspettativa di vita del medesimo. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) I ricorrenti lamentano, dunque, l'avvenuta liquidazione del danno non patrimoniale c.d. "morale" in dispregio del carattere "istantaneo del medesimo", disancorato pertanto dalla effettiva sopravvivenza del danneggiato.

È consolidata la giurisprudenza di legittimità secondo la quale, ove la persona danneggiata muoia nel corso del giudizio di liquidazione del danno, per causa indipendente dal fatto lesivo di cui il convenuto è chiamato a rispondere, la determinazione del danno biologico che gli eredi richiedano *iure successionis* va effettuata non più con riferimento alla durata probabile della vita futura del soggetto, ma alla sua durata effettiva (*ex multis* Corte di Cassazione, terza sezione civile, nell'ordinanza n. 15592/19, Corte di Cassazione, terza sezione civile, nell'ordinanza n. 15592/19, Cass. Sez. 3, ord. 29 dicembre 2021, n. 41933).

Ma, con la sentenza in commento, la Corte ribadisce come detto ragionamento non sia valido in materia di danno morale, in quanto tale componente di danno, rispetto al danno alla salute, mantiene la sua autonomia, non essendo in esso conglobabile, visto che il secondo si sostanzia nella rappresentazione di uno stato d'animo di sofferenza interiore che prescinde del tutto (pur potendole influenzare) dalle vicende dinamico-relazionali della vita del danneggiato. Invero, solo quest'ultime sono destinate, per definizione, a proiettarsi nel futuro, non potendo pertanto prescindere dall'effettiva permanenza in vita del soggetto danneggiato, ma non il danno morale che è invece a carattere istantaneo.

LA DURATA DELLA SOFFERENZA MISURA L'INTENSITÀ

Pertanto, il riferimento alla durata della sofferenza, contenuto nella pronuncia in oggetto, non doveva intendersi come correlata alla permanenza in vita del danneggiato, ma quale parametro dell'intensità, e cioè dei termini nei quali la sofferenza è rimasta permanente nel tempo o ha subito evoluzioni, essendo già escluso dalla giurisprudenza della Corte che il valore della integrità morale possa stimarsi in una mera quota minore del danno alla salute, ma anche di potersi fare ricorso a meccanismi semplificativi di tipo automatico. Che in ipotesi di illecito vi possa essere un danno morale in assenza di lesione inficiante le componenti dinamico-relazionali del soggetto, o viceversa, è pacifico.

Dunque delineati ancora con fermezza i confini, o meglio la diversa ontologia, tra danno biologico nei suoi connotati dinamico-relazionali e danno morale quale sofferenza interiore e danno di natura istantanea, viene dunque da chiedersi se abbia ancora senso, nella redazione e dunque nell'utilizzo delle tabelle meneghine, baluardo preposto alle liquidazioni dei danni da illecito in tutto il territorio nazionale, prevedere di default una componente di danno morale già percentualizzata in relazione al danno biologico, ovvero per utilizzare le parole della Corte "in una mera quota minore del danno alla salute", ricorrendo "a meccanismi semplificativi di tipo automatico", ovvero se non sia più semplice, di fianco al valore monetario per il danno biologico dinamico-relazionale inserito nelle tabelle, prevedere semplicemente la voce "danno morale" e basta, il cui onere di allegazione e la conseguente liquidazione saranno poi rimesse ai protagonisti del processo.

Qualcuno potrebbe obiettare che così "del domani non v'è certezza", ma è certo che il danno morale ha oramai una sua piena autonomia e ancorarlo meccanicisticamente al danno biologico non può che avere una mera finalità di natura contabile.

Francesca Colombo,
Studio THMR



Festa della Repubblica

La redazione di **Insurance Connect** si prende una piccola pausa in occasione della Festa della Repubblica: il team si ferma dal 2 giugno al 5 giugno.

Il sito Insurance Trade tornerà a essere aggiornato lunedì 6 giugno, così come la web-tv Insurance Connect TV: tutti i contenuti dei due portali resteranno comunque accessibili per i lettori. La newsletter riprenderà regolarmente giovedì 9 giugno.

Breve pausa anche per Insurance Daily: il quotidiano online del settore assicurativo tornerà nelle vostre caselle e-mail lunedì 6 giugno.

Lo staff e i collaboratori di Insurance Connect augurano a tutti i lettori una buona Festa della Repubblica.

RICERCHE

Polizze online, manca l'offerta ma non la domanda

Da una recente survey, i consumatori ritengono che tra i principali freni all'acquisto ci sia la mancanza sul mercato di soluzioni digitali adeguate in ambiti essenziali come la salute, gli infortuni, i viaggi e persino la mobilità. Le compagnie devono fare di più

Il numero di consumatori interessati ad acquistare una polizza online è in deciso aumento rispetto al periodo pre-pandemia ma, nonostante ciò, le assicurazioni su internet non decollano. Una recente ricerca dell'**Italian insurtech association**, in partnership con **Vite Sicure**, **Reale Mutua** e **I-arena** (Consumatore digitale: come evolve la propensione verso l'offerta assicurativa), mostra come il 77% del campione intervistato sia pronto a comprare online una polizza, contro il 45% del 2019.

I consumatori ritengono che tra i principali freni all'acquisto ci sia proprio la mancanza sul mercato di soluzioni digitali adeguate in ambiti essenziali come la salute, gli infortuni, i viaggi e persino la mobilità.

Eppure, le polizze digitali registrano un alto livello di apprezzamento da parte di coloro che le hanno sottoscritte. Il 68% degli intervistati dichiara di apprezzare la possibilità di gestirle online in completa autonomia; il 64% apprezza la possibilità di ricevere coperture personalizzate e il 65% l'opzione di utilizzare il contratto solo quando serve. A questi vantaggi, si aggiunge anche quello economico: il 72% degli intervistati ritiene che le polizze digitali abbiano prezzi più competitivi rispetto a quelle vendute dalle agenzie. Ma non solo: la ricerca conferma il ruolo sempre maggiore, all'interno dell'industria assicurativa, di nuovi player che, dicono gli analisti, "potrebbero spostare gli equilibri esistenti". Il 75% degli intervistati dichiara che acquisterebbe un'assicurazione online da aziende del settore tech, come ad esempio **Amazon** o **Google**.

Mancano le alternative all'intermediario

Secondo gli estensori del documento, la transizione digitale nel settore assicurativo sta accelerando. A livello mondiale, nel 2020 le polizze digitali rappresentavano il 23% del totale, una percentuale che salirà fino all'80% nel 2030. Nella ricerca, il consumatore italiano sembra pronto, sulla carta, a sottoscrivere polizze digitali, "ma l'offerta deve evolversi".

La metà dei consumatori intervistati non va oltre la polizza auto obbligatoria, mentre un altro dato che salta all'occhio è che un italiano su tre si rivolge a intermediari di fiducia per le



proprie polizze, "in mancanza di alternative vantaggiose". Il fatto, quindi, che il 73% dei consumatori si assicura rivolgendosi ancora a intermediari di fiducia non sarebbe la prova di una ricerca di particolare consulenza, ma il "sintomo di un'offerta digitale non ancora sviluppata, che porta il consumatore a scegliere canali di vendita tradizionali, in mancanza di alternative competitive". A supporto di questa tesi, la ricerca mette in evidenza il dato che mostra come nel 2021 il 93% di chi ha scelto un'assicurazione digitale si dica soddisfatto del prodotto acquistato.

Le compagnie facciano formazione... ai consumatori

"L'avvento di nuovi player nel settore assicurativo – si legge nella survey – comporta la necessità di aumentare la comprensione di questa nuova offerta digitale, se l'industria non vuole perdere competitività. La comprensione dei prodotti è una delle grandi barriere d'accesso al mercato assicurativo", dicono dall'**Italian insurtech association**. Le compagnie, suggeriscono gli analisti, devono investire in programmi di education rivolti ai lavoratori della filiera, ma anche ai consumatori "che devono comprendere il valore di tali soluzioni".

La mancanza di educazione al rischio è nota e preoccupante, basti pensare che il 73% delle persone che praticano sport non ha mai attivato un'assicurazione, "sebbene – conclude il rapporto – grazie alle polizze pay-per-use, sia possibile assicurarsi e pagare per il singolo evento sportivo".

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 1 giugno 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 - 15:50 – **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 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 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



(*) 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*

- *Carla Alberto 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

