

PRIMO PIANO

Sandbox, due nuovi progetti

Altre due iniziative entrano nella sandbox regolamentare realizzata dal ministero dell'Economia e delle Finanze in collaborazione con Banca d'Italia, Ivass e Consob. L'istituto di vigilanza sulle assicurazioni, nel dettaglio, ha reso noto ieri che sono stati ammessi alla sperimentazione in ambiente controllato un progetto di Sia per la realizzazione di "una home insurance che funga da cassetto assicurativo per il cliente finale sulla piattaforma dell'intermediario", e un'iniziativa di X Consulting volta a consegnare al consumatore un "QR code che certifichi l'effettiva iscrizione al Rui dell'intermediario". Entrambi i progetti sono stati presentati nella call aperta dal 15 novembre 2021 al 15 gennaio 2022 e, come si legge nei rispettivi provvedimenti di ammissione, hanno tutte le potenzialità per arrecare "benefici agli utenti", si trovano "in uno stato sufficientemente avanzato per la sperimentazione" e non presentano "criticità sul piano della sostenibilità economica". Con i recenti ingressi diventano tre i progetti ammessi alla sandbox regolamentare. Le iniziative di Sia e X Consulting si uniscono al progetto di Sara Assicurazioni di un registro digitale sulla proprietà dei velocipedi (biciclette, e-bike, monopattini elettrici) basato su tecnologia blockchain, che era stato ammesso all'inizio di aprile.

G.C.

CONVEGNO

Innovation Summit 2022, le nuove strade per cambiare il mondo dei rischi

Si è tenuto ieri e l'altro ieri l'evento di Insurance Connect dedicato all'innovazione. Interventi, dibattiti e tavole rotonde hanno messo al centro l'evoluzione del settore assicurativo: dal clima alle catastrofi naturali, fino ai mutamenti della società, tra invecchiamento della popolazione e nuove fragilità. Tecnologie ed ecosistemi: ecco dove stiamo andando

Ieri e l'altro ieri si è tenuto l'Innovation Summit 2022, l'evento sull'innovazione nel mondo dei rischi, organizzato da **Insurance Connect**, quest'anno, per la prima volta, su due giornate e in presenza, partecipato da oltre 250 persone.

È stata una due giorni ricca di interventi e dibattiti, tavole rotonde e confronti, articolate in due momenti principali: una prima parte in mattinata, denominata *Opening Session*, interamente moderata da **Maria Rosa Alaggio**, direttore delle testate di Insurance Connect, e una seconda parte fatta di sessioni tematiche dedicate a intermediari, insurtech, ecosistemi assicurativi, gestione sinistri e customer experience.

Al centro dell'evento la capacità di comprendere come il rischio stia evolvendo, a partire dai rischi climatici e catastrofici, fino all'evoluzione della società e della demografia. È emerso come le compagnie debbano dotarsi di strumenti evoluti per monitorare le minacce, ma anche di una capacità di offerta e vicinanza al cliente, diverse rispetto al passato.

CAMBIAMENTO CLIMATICO: RESILIENZA E SOSTENIBILITÀ GRAZIE AI DATI

Ma entriamo subito nel vivo del resoconto di una due giorni ricchissima di contenuti. Il compito di aprire il convegno è stato affidato a **Michele Inglese**, head of sales – financial services di **Capgemini** in Italia, che ha presentato il *World P&C Insurance Report 2022*, per verificare il livello di maturità del business model in tema di resilienza climatica, ma non solo. L'82% delle compagnie migliori ha un relisience officer, altre hanno incorporato il rischio climatico nei prodotti, altre ancora fanno investimenti e underwriting Esg. L'attenzione a investimenti green, d'altra parte, è molto diffusa, ma applicarla su larga scala è appannaggio solo delle migliori compagnie del mercato.

Gli spunti sono stati ripresi nella prima tavola rotonda, moderata da Maria Rosa Alaggio, cui hanno partecipato **Matteo Bonati**, insurance director di Capgemini in Italia; **Umberto Guidoni**, co-dg di **Ania**; e **Alessandro Scarfò**, ad di **Intesa Sanpaolo Assicura**. L'acronimo Esg, hanno ricordato i relatori, deve essere considerato nella sua interezza, coniugando le politiche di sostenibilità ambientale a quelle sociali e infine alla stessa postura, la cosiddetta *corporate citizenship*, che devono avere le compagnie assicurative nel mondo contemporaneo. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

ESG E VOCAZIONE ALLA PROTEZIONE DELLE COMPAGNIE

Lungo questo filone s'inseriscono le importanti iniziative di Ania, tra cui il bando per l'ingresso in una linea di finanziamento legato alle catastrofi naturali: un progetto, finanziato dal Pnrr, dell'Istituto nazionale di vulcanologia, in un consorzio con alcune Università italiane.

I temi della sostenibilità Esg sono parte dell'evoluzione sociale e vanno apprezzati dalle compagnie in un'ottica di business. **Filippo Sirotti**, senior director - offering development - insurance market di **Crif**, ha definito gli ambiti Esg come pienamente coerenti alla vocazione del settore assicurativo, in relazione all'obiettivo di migliorare il rischio e di aumentare la consapevolezza del cliente: è però essenziale la disponibilità di idonei strumenti di misurazione.

DATI GLOBALI, INIZIATIVE LOCALI E ASPETTATIVE DEI CLIENTI

Il tema dei dati si è confermato al centro anche del confronto tra **Norbert Bonvecchio**, direttore distribuzione rete agenziale e progetti speciali di **Itas Mutua**; e **Tiziana Tafaro**, presidente del **Consiglio nazionale attuari**. A questo proposito ha fatto notare Tafaro, servirebbe una normativa globale che imponga uno standard unico per la relazione dei bilanci a livello globale: un'innovazione profondamente auspicabile soprattutto per comprendere meglio come impatta il rischio climatico nelle varie aree del mondo.

Dal grande al piccolo, Itas Mutua ha ricordato la sua capillare presenza sul territorio che si traduce in una collaborazione stretta anche con le istituzioni, a favore dei cittadini, come nel caso del fondo pensione aperto, che dal 1999, insieme alla regione Trentino Alto Adige, ha erogato 160 milioni di euro di pensioni a 100 mila aderenti.

L'evoluzione sociale e il nuovo approccio a questi temi si rispecchiano nei cambiamenti che caratterizzano il consumatore. **Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di **Guidewire**, ha parlato dei cardini che devono sostenere oggi una proposta assicurativa in linea con il mutamento che avviene anche nelle relazioni: fiducia del cliente, valore del tempo e attivazione dell'attenzione dell'interlocutore. La tecnologia deve quindi assecondare l'affermazione dei nuovi modelli di consumo.

GLI INTERMEDIARI ALLA PROVA DELLE PARTNERSHIP

La sessione tematica dedicata agli intermediari è stata moderata da **Lucia Mauro**, communications consultant & team coach e docente **Cineas** del master in management & leadership skills. Sebbene la pandemia abbia confermato la centralità del canale fisico, gli intermediari devono imparare ad avvalersi di strumenti tecnologici per favorire l'efficienza e il dialogo con la clientela. Su questo aspetto, **Andrea Balestrino**, direttore commerciale e business development di **Prima Assicurazioni**, ha parlato di come il modello della società si adatta alla distribuzione del canale agenziale: tecnologia, ha detto, non è sinonimo di online.

Il tema della tecnologia a servizio dell'intermediario è stato poi al centro di una tavola rotonda che ha visto confrontarsi **Ennio Busetto**, presidente dell'Associazione Agenti Allianz; **Vincenzo Cirasola**, presidente del Gruppo Agenti Generali Italia; **Filippo Gariglio**, presidente del Gruppo Agenti Reale Mutua; e **Gaetano Vicinanza**, presidente del Gruppo Agenti Sara. Si è parlato di come la pandemia ha accelerato cambiamenti sociologici che richiedono nuovi strumenti e nuove modalità di fruizione. Tutti gli intervenuti hanno sottolineato la necessità di un modello distributivo in grado di rispondere alle esigenze del nuovo cliente ibrido, che decide di volta in volta le modalità con cui vuole trovare le soluzioni che sta cercando.

LA SPERIMENTAZIONE DELLE INSURTECH

La sessione pomeridiana è cominciata con un focus sul grande tema delle insurtech. **Adriano De Matteis**, managing director di **Rga** in Italia, si è soffermato sul processo d'innovazione e, nel dettaglio, sul percorso che può portare da un'idea a una novità: è questo cammino, prima ancora del risultato finale, il tratto caratteristico dell'innovazione che ha generato nelle assicurazioni (ma non solo) tante nuove soluzioni negli ultimi anni.

La parola è quindi passata alle insurtech, con una tavola rotonda moderata da De Matteis cui hanno partecipato **Germano Buttazzo**, co-founder di **Ufoo**; **Flavio De Laurentiis**, ceo di **AllWell**; ed **Eleonora Del Vento**, co-founder di **viteSicure**. I relatori hanno illustrato alla platea il percorso di innovazione intrapreso, i risultati raggiunti e gli obiettivi del futuro: si parte dalla percezione di un bisogno e si sfrutta la tecnologia per tentare di rispondere a un'esigenza. Il tutto in un'ottica di sperimentazione continua e permanente.

LA TECNOLOGIA A SUPPORTO DELL'OFFERTA

Dal punto di vista di **Facile.it Partner**, l'insurtech deve assecondare la capacità dell'intermediario di offrire consulenza. Come ha illustrato il direttore **Igor Tunesi**, la soluzione sviluppata punta a facilitare la relazione con il cliente, con un'offerta commerciale sostenuta da una piattaforma per il monitoraggio del portafoglio e il supporto nella gestione dei sinistri. Tunesi ha poi anticipato l'attività di sviluppo di soluzioni avanzate che includono la realtà aumentata. (continua a pag. 3)



(continua da pag. 2) In parallelo agli strumenti per andarci sul mercato, la raccolta dei dati fornisce il potenziale per diventare un'impresa realmente data-driven. **Fabio Piccinini**, presidente **Gruppo Atumtek** e founder & ceo di **Atum Technologies & Solutions**, e **Luciano Polinari**, founder & ceo di **Tecso** – An Atum Company, hanno riassunto il nuovo paradigma in tre punti: il concreto governo del dato, l'interoperabilità dei sistemi che contribuisce ad arricchire le informazioni, e il passaggio da pura attività di copertura del rischio a compagnia che eroga servizi.

ECOSISTEMI: DAL PRODOTTO ALLA DISTRIBUZIONE

La sessione tematica successiva, che ha concluso la prima giornata dei lavori del convegno, è stata dedicata al tema degli ecosistemi assicurativi, e si è aperta con un'analisi del tema fatta da **Matteo Bonati**, insurance director di Capgemini Italia. Le compagnie assicurative, ha detto, stanno cogliendo nuove opportunità cavalcando le permeabilità degli ecosistemi, che evolvono dal prodotto alla distribuzione, e in questa dinamica le compagnie devono identificare il proprio ruolo.

Questi spunti sono stati sviluppati in una successiva tavola rotonda che ha fatto una panoramica di esperienze tra vari player, assicurativi e non: sono intervenuti **Emanuele Basile**, regional head of Rsa case underwriting per Francia, Italia, Spagna, Portogallo, Grecia e Turchia di **Allianz Partners**; **Giacomo Gargani**, head of strategy di **Axa Italia**; **Gianfilippo Lena**, ceo di **Telepass Assicurata**; **Giacomo Lovati**, chief beyond insurance officer del gruppo **Unipol**.

Uno dei trend emersi nel corso della discussione riguarda i confini tra i diversi settori industriali, che sono sempre più labili; allo stesso modo anche la distanza tra i diversi ecosistemi tende a ridursi. Il settore in questo momento sta ampliando il suo raggio di azione attraverso tecnologie e collaborazioni, creando anche nuovi modelli di business.

OPENING SESSION, OPEN INSURANCE E MODELLI DI SERVIZIO

La seconda giornata dell'Innovation Summit si è aperta con una riflessione sull'open insurance e sui modelli di servizio, con una tavola rotonda moderata da Maria Rosa Alaggio, cui hanno partecipato **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**. La discussione ha coinvolto l'evoluzione della tecnologia, a partire dalla connected insurance.

Per essere registi di un ecosistema con una forte componente assicurativa, occorre possedere tutti gli asset finanziari e tecnologici: non per tutte le compagnie è possibile, ecco perché siamo in una fase di selezione dei settori dove le compagnie possono giocare un ruolo di registe o di partner.

In tema di ecosistemi, **Sergio Dizza**, svp head of insurance Italy di **Ntt Data**, ha fornito una panoramica che conferma come le compagnie si muovano nell'insurtech con chiare



strategie, privilegiando quattro ambiti: protezione del business, salute, abitazione e smart mobility. L'interesse del settore si quantifica negli investimenti in insurtech: dei 10 miliardi di dollari toccati nel 2021 per le non quotate, 3 provengono dal settore assicurativo, secondo in assoluto per investimenti.

INNOVAZIONE E RESPONSABILITÀ PER GLI ASSICURATORI

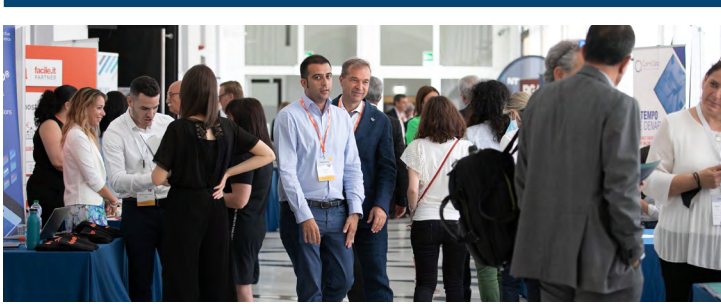
L'assicurazione può giocare un ruolo sempre più importante anche come risposta ai cambiamenti sociali, industriali e commerciali. Un aspetto che richiede una visione di lungo periodo, e sul quale si sono confrontati **Michele Carmina**, group data & digital di **Generali**, e **Marco Mazzucco**, amministratore delegato di **Blue Assistance** e direttore vita e welfare di **Reale Group**.

Il tema emerso dal confronto è l'importanza di saper fornire delle risposte efficaci ai nuovi bisogni comparsi con l'arrivo della pandemia. In un contesto in cui l'ansia e l'incertezza sono aumentate, anche per colpa dell'inizio della guerra e della risalita dell'inflazione, gli assicuratori hanno la responsabilità di capire i cambiamenti per essere ancora più vicini alle persone.

L'opening session si è chiusa con il coinvolgimento di **Giancarlo Sassi**, senior enterprise sales executive di **Genesys**, e **Marco Tommasucci**, key account manager finance di **ComApp**, sulle opportunità offerte dalle nuove tecnologie nel mercato assicurativo. I due manager si sono in particolare soffermati sulle potenzialità dell'omnicanalità nel miglioramento della customer experience, attraverso l'utilizzo di tecnologie duttili e scalabili come il cloud.

LA GESTIONE SINISTRI E LE SUE BEST PRACTICE

La sessione tematica dedicata all'applicazione delle tecnologie nella gestione dei sinistri è stata caratterizzata dalla presentazione di casi concreti da parte delle compagnie e di **Pamela Negosanti**, global head of insurance solutions di **expert.ai**, che si è focalizzata su cinque best practice. Alla base è il sistema di **Intelligent Process Automation**, in grado di integrare le competenze degli esperti aziendali nel machine learning, così da arricchire i processi digitali con l'esperienza umana del contesto aziendale. I casi descritti puntano a migliorare l'esperienza del cliente in termini di velocità, empatia, oggettività della valutazione e risposta flessibile alle esigenze. (continua a pag. 4)



(continua da pag. 3) Su questo argomento si è quindi tenuta una tavola rotonda moderata da **Giorgia Assouad**, senior engagement manager di **Mbs Consulting**, a cui hanno partecipato **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**, e **Lorena Ricci**, head of claims services di **Zurich Italia**. Tutti i partecipanti hanno concordato sul ruolo della tecnologia nel contenere i costi e nello snellire i processi gestionali, cosa che consente già oggi di raggiungere risultati ragguardevoli nell'antifrode e di offrire al cliente un servizio sempre più rapido ed efficiente.

DISTRIBUZIONE E NUOVO BUSINESS

La sessione pomeridiana si è aperta con uno spazio dedicato agli intermediari. **Stefano Sardara**, presidente del consiglio di amministrazione e amministratore delegato di **Double S Insurance Broker**, ha evidenziato che la tecnologia, nonostante tutti i timori, è e resterà uno strumento in mano ad agenti e broker: nessuna tecnologia potrà infatti sostituire il tocco umano della consulenza e gli intermediari devono dotarsi di nuovi strumenti digitali per migliorare la relazione con il cliente.

L'intervento di Sardara è stato seguito da quello di **Fabio Orsi**, partner di **Innovation Team**, che ha presentato i risultati di una ricerca sull'utilizzo, da parte degli intermediari, delle piattaforme tecnologiche. Dallo studio emerge una crescente attenzione allo sviluppo dell'offerta assicurativa nelle tante aree di protezione non ancora sufficientemente coperte nel nostro Paese.

Questi spunti hanno poi dato vita a un dibattito tra agenti e broker, moderato dallo stesso Orsi, e in cui sono intervenuti **Alessandro Lazzaro**, presidente dell'**Unione Agenti Axa**; **Graziano Piagnerelli**, presidente del **Gate - gruppo agenti Nobis**; **Enzo Sivori**, presidente degli **Agenti UnipolSai Associati**; e il già citato Stefano Sardara. Dalla discussione è emerso il quadro di dove sta andando la distribuzione: la strada trac-

ciata è quella di un agente che, pur lavorando in partnership con la compagnia, sia in grado di sviluppare autonomamente le proprie strategie digitali e di innovazione dei processi.

IL LUNGO VIAGGIO DELLA CUSTOMER EXPERIENCE

Il convegno si è chiuso con una sessione tematica dedicata alla customer experience. **Francesco Compiani**, product manager of interactive experience di **Doxee**, ha sottolineato le potenzialità offerte da video personalizzati e interattivi nel coinvolgimento del cliente: il manager, a tal proposito, ha portato alla platea l'esempio di un video realizzato da **UnipolSai** per sollecitare il rinnovo della polizza auto.

L'ultima tavola rotonda del convegno, ospitata nella sessione tematica sulla customer experience, è stata moderata da **Nicola Ronchetti**, ceo di **Finer**, e ha coinvolto **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**; e **Giuseppe D'Elia**, head of customer office & direct channels di **Zurich Italia**. Al centro della discussione, la fluidità del customer journey e le strategie delle compagnie, per alzare il livello di fiducia nel mercato e aumentare le competenze dei canali distributivi.

La chiusura dei lavori è stata affidata a **Paolo Giordano**, head of **frog** in Italy, part of **Capgemini Invent**, il quale ha tirato le fila dei tanti elementi emersi durante la due giorni del convegno. Il manager, prendendo spunto dalla precedente tavola rotonda, ha in particolare analizzato la scarsa interazione con il cliente che storicamente caratterizza il mercato assicurativo, e sottolineato come l'ingresso in un ecosistema possa incrementare i touch point e, di conseguenza, migliorare la customer experience.

Come sempre, Insurance Connect desidera ringraziare gli sponsor e i partner, senza il cui supporto non sarebbe stato possibile organizzare l'evento. Un sentito grazie, dunque, a Blue Assistance, Capgemini, Crif, Genesys - in partnership con ComApp, Guidewire, Ntt Data, Atumtek, Dekra, Double S Insurance Broker, Doxee, Expert.ai, Facile.it Partner, Prima Assicurazioni, Rga, Das Difesa Legale e Netlevel.

Nei prossimi giorni, su [Insuranceconnect.tv](https://insuranceconnect.tv), saranno visibili tutti i video degli interventi dei relatori e delle varie tavole rotonde. Inoltre, saranno pubblicati sul numero di luglio della nostra rivista Insurance Review tanti articoli dettagliati relativi ai singoli momenti del convegno.

**Fabrizio Aurilia, Giacomo Corvi,
Maria Moro e Beniamino Musto**

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