

IL PUNTO SU...

PRIMO PIANO

Chi rema contro la Nzia

La fuga degli assicuratori dalla Net-Zero Insurance Alliance (Nzia) non si arresta. Alcuni giorni fa ad annunciare la propria uscita era stata Axa, mentre ora hanno comunicato l'abbandono big del settore del calibro di Allianz e Scor, che si accordano così agli altri assicuratori e riassicuratori che in questo ultimo mese e mezzo hanno già preso la stessa decisione: Munich Re, Zurich, Hannover Re e Swiss Re.

Allianz ha comunicato al mercato l'addio in una dichiarazione diffusa ieri via email, ma ha detto di continuare ad attenersi ai propri obiettivi climatici; anche Scor ha comunicato ieri la sua decisione per bocca del suo ceo, durante l'assemblea generale annuale del riassicuratore, parlando delle sue nuove politiche di transizione climatica ed energetica. Sul sito ufficiale della Nzia, questi abbandoni vengono spiegati alla luce di alcune "recenti discussioni all'interno degli Stati Uniti", spiegando che a lasciare l'alleanza sono stati in particolare gli assicuratori "con attività ed esposizioni significative negli Stati Uniti". Secondo quanto afferma l'agenzia Reuters, il riferimento è alla crescente opposizione politica di alcuni esponenti del partito repubblicano, secondo cui i membri della Nzia potrebbero violare le leggi antitrust.

Per leggere la news completa, clicca qui.

Beniamino Musto

Price walking, faro di Eiopa su ramo danni e processi Pog

L'autorità europea riconosce che gli sconti e la differenziazione tra i clienti siano tra le espressioni di un sano gioco concorrenziale, ma, in uno statement, evidenzia il rischio di conformità ai principi di Idd, soprattutto quando il beneficio concesso ad alcuni è sostenuto da aumenti di premio "tecnicamente ingiustificati" a danno di altri assicurati

(PRIMA PARTE)

Lo scorso 22 febbraio, **Eiopa** ha pubblicato il *Supervisory statement on differential pricing practices in non life insurance lines of business*, prendendo posizione sulla pratica commerciale, realizzata da alcune imprese di assicurazione in taluni Stati membri dell'Unione Europea, consistente nell'applicazione, in ambito danni, di tariffe differenziate e basate non solo su criteri correlati al rischio sottoscritto/da assicurare o al costo della distribuzione, ma anche su elementi riferibili a caratteristiche personali dell'assicurato che non avrebbero rilevanza sulla sua profilazione assicurativa.



L'autorità, in particolare, ha posto l'attenzione sulla prassi di alcuni produttori per cui, a parità di condizioni rilevanti a fini assicurativi (rischio, costo del servizio) e di caratteristiche del prodotto venduto, applicano premi differenziati in base, ad esempio, a stime sul grado di tolleranza degli assicurati a sopportare aumenti di premio o alla loro maggiore o minore capacità di reperire soluzioni alternative sul mercato.

Da qui la denominazione di "pratiche tariffarie differenziate". Le quali, peraltro, possono assumere caratteristiche diacroniche e presentarsi in forma di aumenti di premio praticati ai rinnovi delle polizze di clienti fidelizzati o poco propensi al cambiamento, che consentirebbero di offrire premi particolarmente vantaggiosi a nuovi potenziali clienti: si tratta, in questo caso, delle cosiddette *price walking practices*.

IL CONFLITTO CON IDD

Tali pratiche presenterebbero ragioni di conflitto con i principi della direttiva Idd e in particolare con l'articolo 17.1, che impone ai distributori di agire in modo "onesto, imparziale e professionale per servire al meglio gli interessi dei loro clienti". Dei tre criteri di condotta lo statement fa chiaramente riferimento al secondo ("fairly"), qualificando come "unfair treatment" la condotta analizzata. Più in generale, lo statement persegue lo scopo di chiarire le aspettative di vigilanza con riferimento agli obblighi imposti dalla direttiva Idd (2016/97/UE) e quello di promuovere una convergenza di approccio tra le autorità competenti dei vari Stati membri in materia di Pog e obblighi di informativa precontrattuale, con uno sguardo particolare all'applicazione di premi diversificati in base a elementi non rilevanti ai fini della profilazione dei rischi da assumere.

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

IL RUOLO DI EIOPA

Anzitutto, è opportuno precisare la natura del documento in esame. Il regolamento istitutivo di Eiopa (Regolamento Ue 1094/2010) prevede che l'autorità europea "promuova attivamente la convergenza della vigilanza in tutta l'Unione Europea per instaurare una cultura comune della vigilanza" (considerando 39). A tal fine l'autorità fornisce pareri alle autorità competenti, promuove lo scambio efficace di informazioni tra le stesse autorità, sviluppa standard uniformi di vigilanza, esamina l'applicazione delle norme tecniche di regolamentazione e di attuazione adottati dalla Commissione Europea, stabilisce programmi di formazione settoriale e intersettoriale e può sviluppare "nuovi strumenti pratici di convergenza per promuovere approcci e prassi comuni in materia di vigilanza" (art. 29, paragrafo 1 e 2).

CHE COSA SONO I SUPERVISORY STATEMENT

Tra tali strumenti vi sono proprio gli statement, che hanno lo scopo di fotografare e analizzare le differenti pratiche attuate nell'ambito di un contesto normativo definito e di conseguenza forniscono indicazioni di tali pratiche e le possibili aree di miglioramento, nel quadro di un framework normativo già esistente. Essi sono diretti principalmente alle autorità di vigilanza degli Stati membri; va da sé, però, che i primi destinatari sostanziali sono gli operatori del mercato che dovranno conformarsi agli indirizzi espressi da Eiopa. Lo statement, lungi dal voler introdurre surrettiziamente nuove regole, tende piuttosto a chiarire le aspettative di vigilanza rispetto a norme già in vigore e a promuovere una uniformità nelle valutazioni che le diverse Autorità nazionali saranno chiamate a svolgere nel considerare pratiche già normativamente disciplinate.

UNA PARTICOLARITÀ DEL RAMO DANNI

Più nel dettaglio, il documento prende in esame le modalità di costruzione del premio assicurativo circoscrivendo l'analisi alle linee di business non vita: è nel ramo danni, in quanto caratterizzato da meccanismi di rinnovo periodico dei contratti, che si riscontrano quella modalità di differenziazione tariffaria sottoposta a critica e denominata, significativamente, price walking. Ed è sempre nel ramo danni che risulta più agevole riscontrare una possibile discriminazione tariffaria svincolata dal rischio assuntivo specifico e/o dal processo di mutualizzazione dei rischi.

UN INTERVENTO CHE NON VA CONTRO LA CONCORRENZA

Eiopa, pur riconoscendo in linea di principio la bontà della scontistica, e la differenziazione tra clienti che necessariamente ne deriva, come espressione di un sano gioco concorrenziale, ha posto in evidenza come non sempre l'utilizzo dello sconto possa ritenersi conforme ai principi sanciti da Idd in specie quando il costo del beneficio concesso ad alcuni sia sostenuto da aumenti di premio tecnicamente ingiustificati a danno di altri assicurati. D'altra parte, lo statement non deve essere inteso come uno strumento per intervenire dirigisticamente sulle scelte tariffarie delle compagnie, a danno della libertà di mercato e del sano gioco concorrenziale. Sotto questo profilo, Eiopa, nelle risposte ai commenti pervenuti in fase di pubblica consultazione del documento, ha precisato: "this supervisory statement does not affect and does not cover insurers' ability to set premium freely. Rather, it addresses the product design – including the pricing process – by emphasising that if certain pricing features – rather than the pricing itself – lead to consumer detriment these should not be put in place".

I CONFINI DELLE ANALISI

L'analisi delle pratiche è stata condotta (e i suoi risultati sono validi):

- senza differenziazione di clientela, anche se poi l'autorità europea raccomanda alle singole authority di considerare con particolare attenzione consumatori e Pmi;
- prescindendo dalle modalità di acquisizione delle informazioni utilizzate per elaborare i parametri su cui costruire il premio (tra cui i sistemi di intelligenza artificiale);
- con riferimento alle imprese di assicurazione operanti nel ramo danni e anche agli intermediari; questi ultimi nella misura siano almeno a conoscenza di tali pratiche da parte delle imprese preponenti (non occorre quindi che siano direttamente coinvolti nella definizione dei prodotti e del pricing).

Francesca Colombo e Stefano Centonze,
Studio Thmr



(La seconda parte dell'articolo sarà pubblicata su Insurance Daily di lunedì 29 maggio)

RICERCHE

Settantennials, un mercato da esplorare

Gli anziani autosufficienti, secondo un recente studio di Kearney e Swg, richiedono prestazioni e servizi che banche, assicurazioni e imprese digitali non sembrano al momento in grado di offrire: servono innovazione e una maggiore attenzione verso un segmento di clientela che si farà in futuro sempre più ampio

La domanda degli anziani autosufficienti in Italia resta sostanzialmente inascoltata. Banche, assicurazioni e imprese digitali non sembrano al momento in grado di soddisfare le esigenze di chi ha più di 65 anni e gode, per sua fortuna, di buona salute: socialità, vita attiva, benessere e residenzialità. Il risultato è un mercato nuovo, di fatto ancora inesplorato, che un rapporto realizzato da **Kearney**, in collaborazione con **Swg**, definisce **Settantennials**. Un mercato che, non secondariamente, si farà sempre più grande: stando alle proiezioni della ricerca, il segmento degli over 65 in Italia crescerà del 35% nei prossimi trent'anni. Il rapporto è stato presentato recentemente a Milano, in occasione dell'evento **Settantennials**, le esigenze di una nuova classe emergente, a cui hanno partecipato anche **Maurizio De Palma**, amministratore delegato e co-founder di **Cocooners**, **Giacomo Lovati**, chief beyond insurance officer di **UnipolSai**, e **Alessandro Scarfò**, amministratore delegato e direttore generale di **Intesa Sanpaolo Assicura**.

La sfida della longevità attiva

Nel dettaglio, la ricerca evidenzia che l'80% degli oltre 14 milioni di anziani in Italia è autosufficiente e richiede servizi trasversali e più legati al nuovo stile di vita della longevità attiva. La priorità di questa fascia di clientela resta il mantenimento della buona forma fisica, citato dal 63% del campione oggetto di analisi. Seguono poi la possibilità di curarsi in maniera adeguata (48%) e il mantenimento del proprio tenore di vita (30%), mentre spaventano soprattutto la solitudine e l'inattività (42%), oltre che l'impoverimento economico (34%).

L'offerta, come già accennato, resta tuttavia insufficiente. Nonostante gli investimenti previsti dal **Piano di ripresa e resilienza** e dal **Patto della Terza Età**, il servizio locale per il 70% degli anziani autosufficienti è inadeguato alle esigenze e il 50% si aspetta un miglioramento. In particolare, le richieste riguardano le attività ludiche e ricreative (66%), culturali (68%) e l'adeguamento delle strutture abitative (80%), ma anche la salute (88%).

Un nuovo modello previdenziale

"La ricerca mette in evidenza temi di grande attualità che

dovrebbero essere utilizzati per sensibilizzare ancora di più il dibattito", ha commentato **Pasquale Tridico**, ex presidente dell'**Inps**, nel corso dell'evento. "Per troppo tempo abbiamo concepito il mondo del lavoro e quello della previdenza come due compartimenti stagni, che non si parlavano: al contrario – ha proseguito – immagino che nel futuro avremo sempre più una vita formativa che si accompagna in tutta la fase del lavoro e in parte anche nella stessa vita di quiescenza".

L'ex vertice dell'istituto di previdenza sociale ha, in particolare, sottolineato la necessità di ampliare i pilastri che sorreggono il nostro welfare state. "Abbiamo pensato finora che fossero solo due: quello previdenziale pubblico e quello privato. Dobbiamo cominciare a capire che in realtà sono tre: uno che è universale e finanziato su base fiscale, uno che è previdenziale e che dipende dalla vita lavorativa di ciascuno di noi e un terzo integrativo privato – ha concluso – ma su cui si può esercitare anche il pubblico".

Un'opportunità per il mercato

"A fronte di un ruolo dello Stato sempre più sotto pressione, l'offerta di servizi che soddisfino le esigenze specifiche di una popolazione senior autosufficiente è in Italia ancora poco presente, relegata quasi solo a Rsa che evidentemente si rivolgono a un pubblico molto diverso", ha osservato **Antonio Serrapica**, associate partner responsabile del mercato assicurativo di **Kearney Italia**.

Il manager ha evidenziato che la metà del campione oggetto di analisi "si aspetta che sia l'istituzione finanziaria a giocare un ruolo chiave, forti di un rapporto consolidato che rende i Settantennials più fiduciosi se sono proprio le istituzioni finanziarie ad avere un ruolo attivo". Tutto ciò, ha proseguito, "rappresenta una grossa opportunità per acquisire nuove quote di mercato nella creazione, anche in Italia, di piattaforme integrate di servizi su misura, basati su un paradigma, lontano da quello tradizionale, di salute, sostenibilità economica e vita attiva".

Giacomo Corvi

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

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:20

Palazzo delle Stelline | Corso Magenta 61, Milano



Insurance
Connect

OPENING SESSION: 6 GIUGNO 2023

INNOVAZIONE: SERVIZI INTEGRATI E CAPACITÀ DISTRIBUTIVA

Il percorso di innovazione intrapreso dal settore assicurativo, forte di investimenti tecnologici per rendere l'industria più agile e più proattiva verso il cliente, prosegue oggi con una doppia sfida da affrontare: l'integrazione di una sempre più complessa componente di servizio e la focalizzazione sulle modalità distributive. Piattaforme tecnologiche, ecosistemi, partnership e mondo della distribuzione si confrontano con l'esperienza omnicanale del cliente in un mondo chiamato a coniugare digitalizzazione, relazione personale e ricerca di consulenza. A sostenere le strategie di crescita e le politiche commerciali delle compagnie resta la tecnologia. Cloud computing, machine learning, intelligenza artificiale, blockchain: tutto passa dalle informazioni e dalla capacità che il settore assicurativo saprà dimostrare per valorizzarne l'utilizzo, gestire e mitigare i rischi fornendo soluzioni che tengano conto della necessaria profittabilità e delle sfide legate a sostenibilità, criteri Esg, cambiamento climatico, eventi catastrofici e cyber risk.

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

- | | | |
|---------------|---|---|
| 09.00 - 09.30 | ▶ | REGISTRAZIONE |
| 09.30 - 09.50 | ▶ | STRATEGIE E VALUE PROPOSITION PER GLI ECOSISTEMI ASSICURATIVI
- Sergio Ginocchietti, docente e membro del comitato esecutivo di Cineas
- Francesco Leali, full professor of design methods for industrial engineering dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
- Giuseppe Turchetti, professore ordinario di economia e gestione dell'innovazione della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa |
| 09.50 - 10.10 | ▶ | VERITÀ, DIVERSITÀ E GOVERNANCE: LE SFIDE PER LE COMPAGNIE DATA-DRIVEN
- Marco Burattino, direttore commerciale Italia e Polonia di Guidewire |
| 10.10 - 10.40 | ▶ | VERSO UN NUOVO PARADIGMA PER L'ASSICURAZIONE IN ITALIA
- Vittorio Corsano, chief property & casualty officer di UnipolSai
- Alberto Cucinella, direttore assicurativo di Sara Assicurazioni
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania |
| 10.40 - 11.00 | ▶ | L'ESPERIENZA CLIENTE OMNICANALE
Massimo Paltrinieri, chief customer officer di Rgi Group |
| 11.00 - 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI



SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE

MATTINO 11:30 - 13:00

DIGITALIZZAZIONE, INSURTECH E SVILUPPO DEL MERCATO ASSICURATIVO

Facendo leva sulla strategicità della digitalizzazione e sul contributo del mondo insurtech, il settore assicurativo ha sviluppato modelli distributivi capaci di esprimere efficienza, velocità e qualità per il cliente.

11.30 - 11.50 – DALLA TECNOLOGIA AL VALORE PER I CLIENTI

Laura Zaetta, responsabile tutela rischi di Alleanza Assicurazioni

11.50 - 12.05 – KEYNOTE SPEECH: ATTRACT, ENGAGE, DELIGHT

Natalia Antongiovanni, direttore commerciale di ICG

12.05 - 13.00 – TAVOLA ROTONDA

Moderata: Cristian Cuttini, deputy Deloitte insurance sector leader e partner Deloitte Strategy

- *Matteo Bevilacqua, ceo di wefox Italy*

- *Enrico Caminata, responsabile business management & transformation direzione vita e bancassurance di Helvetia Vita*

- *Alberto Dominici, chief operating officer di Bene Assicurazioni*

- *Maurizio Giommarresi, responsabile servizio mercato affluenti Banca Agricola Popolare di Ragusa*

- *Alessandro Malagigi, ceo di ComparaSemplice Broker*

13.00 - 14.00 – Lunch

SESSIONE TEMATICA CLAIMS MANAGEMENT

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

GESTIONE SINISTRI, IL BANCO DI PROVA PER LA QUALITÀ DEL SERVIZIO

La gestione dei sinistri rappresenta l'espressione più completa per testare gli investimenti in tecnologia, la riorganizzazione dei processi e la validità di servizi assicurativi sempre più integrati. Un banco di prova in cui riuscire a orchestrare tutti gli attori della filiera liquidativa.

14.00 - 15.30 – TAVOLA ROTONDA

Moderata: Emanuele Costa, partner and director di Boston Consulting Group

- *Cristiano Andreoli, mass claims manager di Verti*

- *Giuliano Basile, chief claim officer di Generali Italia*

- *Barbara Buralli, direttore sinistri e contenzioso di Intesa Sanpaolo Assicura*

- *Massimiliano Caradonna, senior vice president di DEKRA Group*

- *Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni*

- *Ferdinando Scoa, chief claims officer di Assimoco*

- *Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni*

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:20

6 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV



SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:20

6 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV

GLI INTERMEDIARI IN UN MONDO PHYGITAL

L'evoluzione del mondo phygital sta favorendo la trasformazione del canale agenziale moltiplicandone le opportunità di azione, di contatto con il cliente e di sviluppo delle agenzie. Uno scenario che esprime punti di forza, volontà e capacità degli agenti di rinnovare la propria professione.

15.30 - 15.50 – PRIMA ASSICURAZIONI: GLI STRUMENTI INNOVATIVI PER UNA RIVOLUZIONE DIGITALE DELL'AGENZIA

Giulio Apostolo, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

15.50 - 16.10 – PRESENTAZIONE DELLA RICERCA SUL RAPPORTO TRA AGENTI E STRATEGIE PHYGITAL DELLE COMPAGNIE

Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting

16.10 - 16.30 – LA COMPLIANCE DEGLI INTERMEDIARI DA ONERE A OPPORTUNITÀ: UN MODELLO SMART, PHYGITAL E ESG ORIENTED

Alberto Bonomo, amministratore di XConsulting

16.30 - 17.20 – TAVOLA ROTONDA

Moderata: Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting

- Pierangelo Colombo, presidente del Gruppo Agenti Allianz Viva

- Alessandro Lazzaro, presidente Unione Agenti Axa

- Laura Puppato, vice presidente di Agit

- Enzo Sivori, presidente degli Agenti UnipolSai Associati

- Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich

ISCRIVITI CLICCANDO QUI
SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session

 GUIDEWIRE



Main sponsor sessione tematica

 ACRISURE®

 ALLEANZA ASSICURAZIONI
ECCCELLENZA ITALIANA

 ComparaSemplice.it

 CRIF
Together to the next level

 DEKRA
On the safe side.

 ICG

 prima

 REPLY
E FINANCE CONSULTING

 wefox

 ICS
internal control system

Official sponsor

 ACB
Associazione Categoria Brokers

 DAS
DIFESA LEGALE

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:00

Palazzo delle Stelline | Corso Magenta 61, Milano



OPENING SESSION: 7 GIUGNO 2023

PREVENZIONE E GESTIONE DEL RISCHIO: COME TRASFORMARE L'ANALISI DEL DATO IN VICINANZA AL CLIENTE OMNICANALE

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

- | | | |
|---------------|---|---|
| 09.00 - 09.30 | ▶ | REGISTRAZIONE |
| 09.30 - 10.00 | ▶ | NUOVI RISCHI E CAPACITÀ DI VICINANZA AL CLIENTE
- Daniela D'Andrea, ceo di Swiss Re Italia
- Flavio Sestilli, presidente di Aiba |
| 10.00 - 10.20 | ▶ | ECOSISTEMI: TECNOLOGIE E COPERTURE EVOLUTE PER IL CLIENTE
Intervista a Stefano Sardara, amministratore delegato di Acrisure Italia |
| 10.20 - 11.00 | ▶ | TAVOLA ROTONDA – L'EVOLUZIONE DELLE SOLUZIONI ASSICURATIVE, TRA NUOVI RISCHI E OMNICANALITÀ
- Filippo Gariglio, presidente del Gruppo Agenti Reale Mutua
- Silvia Gottardi, chief commercial officer di Howden Italia
- Roberta Spadoni, head of parametric insurance solutions di Revo Insurance
- Luigi Viganotti, presidente di Acb |
| 11.00 - 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI



SESSIONE TEMATICA ADVANCED ANALYTICS

MATTINO 11:30 - 13:00

■ LA TECNOLOGIA PER L'ASSICURAZIONE DEL FUTURO

Tecnologie, strumenti e nuove frontiere per l'innovazione nel settore assicurativo: partendo dal patrimonio informativo delle compagnie e da fonti diversificate di dati, si articolano più ampie prospettive e nuovi progetti per l'analisi e la mitigazione del rischio, per lo sviluppo di ecosistemi e di soluzioni evolute per rispondere alle esigenze dei clienti.

11.30 - 11.50 – **ASSICURAZIONI DATA DRIVEN PER IL SEGMENTO IMPRESE: L'ARTE DELLA VALUTAZIONE DEL RISCHIO NELL'ERA DIGITALE**

Giuseppe Dosi, head of insurance market di CRIF

11.50 - 12.05 – **KEYNOTE SPEECH**

Matteo Bevilacqua, ceo di wefox Italy

12.05 - 13.00 – **TAVOLA ROTONDA**

Moderata: Elena Pizzocaro, partner di McKinsey

- *Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà e chief innovation officer di Unipolsai*

- *Pietro Biassoni, data officer di Allianz Spa*

- *Elkeleida Bitri, responsabile studi, data office e mercati internazionali di Intesa Sanpaolo Vita*

- *Roberto Calandrini, head of data factory di Axa Italia*

13.00 - 14.00 – Lunch

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:00

7 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV

SESSIONE TEMATICA EMBEDDED INSURANCE

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

■ INSURTECH, INTEGRAZIONE DI SERVIZI E CONOSCENZA DEL CLIENTE: QUALI EVOLUZIONI PER L'OFFERTA ASSICURATIVA?

Le polizze assicurative correlate all'acquisto di un bene, generate nell'ambito di ecosistemi da costruire attraverso partnership con il mondo delle utilities, mobility, telco e travel, offrono opportunità di crescita per l'assicurazione del nostro Paese. Una sfida che il settore può cogliere dotandosi di tecnologie adeguate e di rinnovate capacità per raggiungere target diversificati.

14.00 - 14.20 – **EMBEDDED INSURANCE: TREND E PROSPETTIVE DEI NUOVI MODELLI DI OFFERTA E DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA**

Antonio Orlando, partner Efc Reply

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA**

Moderata: Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- *Gianfranco Baldinotti, cmo di Vittoria Assicurazioni e presidente di Vittoria hub*

- *Andrea Bonaschi, head of business development & strategic partnerships di Generali Italia*

- *Marco Brachini, direttore marketing, brand e customer relationship di Sara Assicurazioni*

- *Marco Giorgino, direttore scientifico dell'osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano*

- *Rossella Rossi, marketing e communication manager di Nobis Assicurazioni*

- *Sandro Scapellato, direttore marketing e distribuzione di Helvetia Italia*



SESSIONE TEMATICA ENGAGEMENT MARKETING

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

6-7 GIUGNO 2023 | 9:00 - 17:00

7 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV

STRATEGIE PER MIGLIORARE LA CUSTOMER ENGAGEMENT NEL SETTORE ASSICURATIVO: ESPERIENZE A CONFRONTO

Uno tra i fattori distintivi per le compagnie e per i canali distributivi è sempre più rappresentato dalla capacità di conoscere e coinvolgere il cliente in un'ottica di omnicanalità. L'obiettivo è trasformare il contatto tra assicurato e assicuratore in un'esperienza efficace e di qualità, in grado di generare fiducia e di rafforzarne il legame.

15.30 - 16.30 – TAVOLA ROTONDA

Moderà: Nicola Donadeo, associate partner di Bain & Company

- Paolo Crivello, head of customer experience and relationship management di Reale Mutua
- Letizia D'Abbondanza, chief customer officer di Axa Italia
- Francesco Miglietta, head of innovation di ConTe.it
- Massimo Camusso, responsabile area commerciale di Intesa Sanpaolo Vita

16.30 - 17.00 – Q&A

Chiusura lavori

ISCRIVITI CLICCANDO QUI
SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor

