

## PRIMO PIANO

# Una polizza per i monopattini

Arriva a toccare anche la cosiddetta "mobilità dolce" la stretta annunciata da Matteo Salvini, vice presidente del Consiglio e ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti, sulla sicurezza stradale. "Casco, assicurazione, targa e freccia obbligatori per biciclette e monopattini", ha scandito ieri il leader della Lega in occasione del question time alla Camera dei Deputati. Previste anche, come si legge in una nota del ministero, "sanzioni pesanti per la sosta selvaggia e per la guida contromano". Le novità sono inserite nel più ampio progetto di riforma del Codice della Strada, che prevede fra l'altro tolleranza zero per chi guida sotto l'effetto di sostanze stupefacenti e l'obbligo di installazione dell'alcolock, un dispositivo che impedisce l'avvio dell'auto se il tasso alcolemico del guidatore è superiore a zero, per coloro che sono già stati condannati per guida in stato di ebbrezza.

Confindustria Ancma, l'associazione nazionale ciclo motociclo accessori, ha espresso forte preoccupazione per le novità annunciate in materia di mobilità dolce. La riforma, ha fatto sapere con una nota, "sembra oggi più contro la diffusione della bicicletta che a favore di una maggiore sicurezza sulle strade" e, ha aggiunto, "penalizzare la leadership della nostra industria sarebbe un autogol".

Giacomo Corvi

## EVENTI

# Innovation Summit 2023, la tecnologia a supporto dell'assicurazione del futuro

**Nella tradizionale due giorni di convegno organizzata da Insurance Connect sul tema dell'innovazione, tutte le strategie delle compagnie e degli stakeholder del settore assicurativo per dare risposte all'evoluzione dei bisogni dei clienti e all'inasprimento dei rischi. Centrale la capacità distributiva, l'analisi dei dati, il ruolo dell'insurtech e la customer engagement**

L'evoluzione del mercato assicurativo richiede oggi l'adozione di un approccio innovativo che possa migliorare la sostenibilità e la redditività dei modelli di business e favorire la vicinanza al cliente in una sempre più marcata logica di servizio. Nuove tecnologie, strumenti digitali e omnicanalità, ma anche lo sviluppo di modalità innovative e processi per gestire le nuove fonti di rischio, a cominciare dal cambiamento climatico e dal cyber risk, e per rafforzare il rapporto umano fra cliente e professionista che da sempre caratterizza la gestione di business nel mercato assicurativo.

Di tutto questo, e molto altro ancora, si è parlato in occasione dell'Innovation Summit 2023, la due giorni di convegno organizzata da **Insurance Connect** che si è svolta il 6 e 7 giugno presso il Palazzo delle Stelline di Milano. Due sessioni plenarie, interamente moderate dal direttore **Maria Rosa Alaggio**, per fare il punto sui grandi trend di mercato, e poi sei sessioni tematiche per approfondire meglio temi specifici come la distribuzione, la gestione sinistri, l'utilizzo degli advanced analytics e l'embedded insurance. Il tutto, come sempre, attraverso la viva voce di manager, intermediari, professionisti ed esperti del settore, che hanno dato vita a un confronto vivace e brillante, ricco di analisi e spunti di riflessione, capace di confermare l'appuntamento di Insurance Connect come un'occasione unica di incontro, dibattito e condivisione fra tutti gli operatori del mercato. (continua a pag. 2)



 INSURANCE  
REVIEW

è su LinkedIn

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

## UNO SCENARIO IN RAPIDA EVOLUZIONE

Il convegno si è aperto con un confronto fra **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, e **Giuseppe Turchetti**, professore ordinario di economia e gestione dell'innovazione della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, sull'evoluzione dello scenario di riferimento e, più nel dettaglio, sui trend di trasformazione che stanno investendo tre ambiti fondamentali per il mercato assicurativo: mobilità, salute e property. I tre relatori hanno concordato sulla necessità di elaborare nuove strategie per sviluppare offerte in linea con le nuove esigenze dei clienti, non escludendo la possibilità di partnership per la creazione di ecosistemi assicurativi o di forme di partenariato fra pubblico e privato per la gestione di rischi particolarmente pervasivi.

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE, MA NON SOLO

L'intelligenza artificiale tornerà in molti dei dibattiti e degli interventi dell'Innovation Summit: orientarsi in questa novità rappresenta oggi una vera sfida per imprese e persone. Per **Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di **Guidewire**, i punti fermi restano la verità, la diversità e la governance: serve sapersi distinguere attraverso la qualità delle informazioni e il servizio, avendo come riferimento la costruzione della fiducia del cliente e una vision distintiva e solida.

Nella tavola rotonda a seguire, che ha visto il confronto tra **Vittorio Corsano**, chief property & casualty officer di **UnipolSai**, **Alberto Cucinella**, direttore assicurativo di **Sara Assicurazioni** e **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**, l'AI non è stata il cuore del dibattito ma è rimasta sullo sfondo. I relatori hanno discusso soprattutto dell'evoluzione della gestione del rischio: un ambito sempre più complesso in cui la tecnologia può dare una mano importante, ma in cui sono le decisioni politiche, ora, a essere essenziali. I partenariati pubblico-privato nella gestione delle catastrofi naturali e in sanità sono questioni non più eludibili, mentre una riforma dell'Rca è sempre più urgente, visto il progressivo e inevitabile innalzamento dei prezzi.

## UN DIGITALE DIVERSO DAL SOLITO

Sempre a proposito di come dovrà essere l'assicurazione di domani, l'omnicanalità è uno dei pilastri del nuovo paradigma del settore, supportata da una capacità di muoversi nel digitale che non è più confinata nelle generazioni più giovani, ma è un'abilità trasversale e un elemento ricercato dall'utente finale: dopo aver evidenziato questa nuova esigenza, **Massimo Paltrinieri**, chief customer officer di **Rgi**, ha sottolineato la necessità di dotarsi di strumenti in grado di personalizzare l'esperienza del cliente.

L'utilizzo delle piattaforme come fattore abilitante per la rete agenziale è stato al centro dell'intervento di **Laura Zaetta**, responsabile tutela rischi di **Alleanza Assicurazioni**, che ha illustrato il ruolo del tool Mya come supporto alla vendita che rispetta i valori condivisi da compagnia e intermediari, principi basilari per Alleanza che si ritrovano nelle stesse prescrizioni dell'Idd.

L'intelligenza artificiale, autentico fiume carsico della due giorni del convegno, è stata la co-protagonista dell'intervento di **Natalia Antongiovanni**, direttore commerciale di **Icg**: le due voci hanno instaurato un dialogo sulle potenzialità di una tecnologia dinamica nella risposta ai bisogni assicurativi della clientela, e in particolare delle Pmi, al fine di colmare il loro gap di protezione.

## PIATTAFORME, LE POSSIBILITÀ DELLA MULTICANALITÀ

La tecnologia, quindi, come ponte per ampliare il mercato attraverso la collaborazione di soggetti eterogenei. Di questo si è parlato nella tavola rotonda moderata da **Cristian Cuttini**, deputy Deloitte insurance sector leader e partner di **Deloitte Strategy**, a cui hanno partecipato **Matteo Bevilacqua**, ceo di **wefox Italy**, **Alberto Dominici**, chief operating officer di **Bene Assicurazioni**, **Gesualdo Guarnieri**, chief product manager di **ComparaSemplice Broker**, **Enrico Caminata**, responsabile business management & transformation direzione vita e bancassurance di **Helvetia Vita** e **Maurizio Giommarresi**, responsabile servizio mercato affluent di **Banca Agricola Popolare di Ragusa**: dalla discussione è emerso in maniera evidente il ruolo delle piattaforme tecnologiche come strumenti in grado di dare concretezza alle possibilità della multicanalità.

## L'EVOLUZIONE DELLA GESTIONE SINISTRI

Il pomeriggio della prima giornata ha avuto inizio con un approfondimento sul grande tema della gestione sinistri. **Emanuele Costa**, partner and director di **Boston Consulting Group**, ha moderato una tavola rotonda a cui hanno partecipato **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**, e **Massimo Toselli**, direttore sinistri di **Groupama Assicurazioni**. I relatori hanno portato sul palco l'esperienza delle rispettive società e sottolineato, nonostante i diversi modelli di business, la comune necessità di sfruttare le nuove tecnologie per ridurre i tempi di liquidazione e migliorare il servizio alla clientela. (continua a pag. 3)





(continua da pag. 2)

## INTERMEDIARI, LA RETE SEMPRE PIÙ TECNOLOGICA

La sessione *Intermediari* è stata aperta da **Giulio Apostolo**, direttore commerciale e business development di **Prima Assicurazioni**, che ha sottolineato la forte crescita della raccolta premi della compagnia, presso cui è in costante aumento la quota realizzata dalla rete agenziale, e il ruolo della piattaforma tecnologica, fondamentale nel facilitare e snellire l'attività di assunzione.

Un tema di grande interesse per gli intermediari è anche quello della compliance, una questione che, come ha sottolineato **Alberto Bonomo**, amministratore di **XConsulting**, con i giusti strumenti rappresenta in realtà un'opportunità per rapportarsi in maniera più proficua con il mercato e per migliorare la governance dell'agenzia, di cui l'intermediario è imprenditore.

## GLI AGENTI IN UN MONDO PHYGITAL

Un altro ambito approfondito nel corso dell'*Innovation Summit* riguarda la trasformazione dell'attività degli intermediari, sulla spinta dell'evoluzione del mondo phygital. **Fabio Orsi**, partner di **Innovation Team (Mbs Consulting, gruppo Cerved)** ha presentato i dati di una ricerca realizzata nel maggio scorso per indagare il livello di cambiamento delle modalità di relazione con il cliente, avviato col Covid, che ormai è strutturale. L'approccio degli agenti è positivo e proattivo, anche grazie agli impatti sostanzialmente positivi (anche sui costi) legati al phygital che oggi è svolgimento di operazioni anche da remoto e gestione della relazione prevalentemente a distanza. È riconosciuta dagli agenti l'esigenza di nuove competenze per gestire la nuova realtà.

Le evidenze emerse dalla ricerca di Innovation Team sono state poi discusse da un panel di agenti nel corso di una tavola rotonda moderata dallo stesso Fabio Orsi, cui hanno partecipato **Pierangelo Colombo**, presidente del **Gruppo Agenti Allianz Viva**; **Alessandro Lazzaro**, presidente dell'**Unione Agenti Axa**; **Laura Puppato**, vice presidente di **Agit-Agenti Groupama Italia**; **Enrico Ulivieri**, presidente del **Gruppo Agenti Zurich** e **Enzo Sivori**, presidente degli **Agenti Unipol-Sai Associati**.

Se ormai è assodato che la pandemia ha reso ancora più

consapevoli le compagnie sull'importanza dell'intermediario fisico, la categoria ha bisogno di attrezzarsi per interpretare l'evoluzione tecnologica: tra le sollecitazioni emerse, quella di dotarsi di gestionali propri per essere più autonomi, e la necessità di formazione e aggiornamento professionale del personale di agenzia.

## LA VICINANZA AL CLIENTE E I NUOVI RISCHI

La seconda giornata di convegno si è aperta con un faccia a faccia fra **Daniela D'Andrea**, ceo di **Swiss Re Italia**, e **Flavio Sestili**, presidente di **Aiba**, sull'evoluzione dello scenario di rischio e sulla necessità di continuare a garantire la vicinanza al cliente anche nel nuovo contesto di riferimento. Dal confronto è emersa la necessità di un inedito modello di gestione che, in ambiti come le catastrofi naturali, potrà prevedere il coinvolgimento del soggetto pubblico e l'adozione di nuovi strumenti digitali e tecnologici per migliorare l'analisi del rischio e soddisfare così le esigenze di protezione della popolazione.

La discussione è poi proseguita con una riflessione sul ruolo che le tecnologie possono avere per definire soluzioni assicurative più evolute. Ne ha parlato, intervistato da Maria Rosa Alaggio, **Stefano Sardara**, amministratore delegato di **Acrisure Italia**. In una fase come quella attuale, due settori in particolare, motor e il welfare, stanno evolvendo più di altri. Secondo Sardara, la tecnologia può aiutare l'assicuratore in tutte quelle che sono attività di gestione, mentre l'attività di analisi del rischio non può e non deve essere lasciata in mano a un computer.

Il dibattito sull'evoluzione delle soluzioni assicurative ha poi visto confrontarsi un panel più ampio composto da **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**; **Silvia Gottardi**, chief commercial officer di **Howden Italia**; **Roberta Spadoni**, head of parametric insurance solutions di **Revo Insurance** e **Filippo Gariglio**, presidente del **Gruppo Agenti Reale Mutua**.

La tavola rotonda si è aperta con un affettuoso ricordo di **Roberto Conforti**, presidente di **Uea**, scomparso di recente.

Tra i tanti temi oggetto di confronto, quello del *pricing*, ambito significativamente interessato dalle nuove possibilità tecnologiche su cui emerge ancora una volta la necessità di non rendere il confronto tra le soluzioni assicurative una banale competizione incentrata sul prezzo.

## DAGLI ADVANCED ANALYTICS ALLA ONE POLICY

La sessione dedicata all'utilizzo degli advanced analytics nel settore assicurativo è stata aperta da **Giuseppe Dosi**, head of insurance market di **Crif**, che ha dimostrato come un'ampia disponibilità di dati, da molteplici fonti, possa offrire un profilo più completo delle imprese da assicurare, comprendere le loro esigenze e migliorare la selezione del loro rischio.

A seguire, come introduzione dell'interessante tavola rotonda moderata da **Elena Pizzocaro**, partner di **McKinsey**, Matteo Bevilacqua, ceo di **wefox**, è tornato sul palco per il suo keynote speech dedicato a come la tecnologia possa soddisfare bisogni collettivi e non solo individuali.

(continua a pag. 4)

(continua da pag. 3)

Secondo il top manager, la competizione tra gli operatori si sta spostando sull'analisi dei dati e sulla loro gestione: vedremo sempre maggiore variabilità dei prezzi per lo stesso cliente, in base alla capacità della compagnia di raccogliere e analizzare il dato e creare correlazioni. L'obiettivo è la cosiddetta one policy: un solo prodotto che copre tutti i bisogni assicurativi di una persona o di un'azienda.

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE, ANCORA TU

Si diceva della tavola rotonda che ha chiuso la seconda mattinata dell'Innovation Summit; una tavola rotonda esplicitamente sull'intelligenza artificiale, che ha ospitato il confronto tra grandi esperti della materia: **Renzo Avesani**, chief executive officer di **Leithà** e chief innovation officer di **Unipol-Sai**; **Enkeleida Bitri**, responsabile studi, data office e mercati internazionali di **Intesa Sanpaolo Vita** e **Roberto Calandrini**, head of data factory di **Axa Italia**. L'AI è la sfida dei prossimi cinque anni anche, ma non solo, per il settore dei rischi, ma sarebbe un errore focalizzarsi sullo strumento finale AI: se le compagnie vorranno davvero evolvere, dovranno saper utilizzare al massimo i dati, impattando sulla produttività della compagnia, aggiornando tutta l'infrastruttura tecnologica, migliorandone la scalabilità. L'intelligenza artificiale non cambierà la storia, ma aiuterà a fare meglio le cose che già si fanno.

## LE OPPORTUNITÀ DELL'EMBEDDED INSURANCE

Il convegno è proseguito con una sessione tematica dedicata all'embedded insurance. **Antonio Orlando**, partner di **Efc Reply**, ha fornito in apertura un interessante identikit di un mercato che richiede un differente approccio di business e che presenta, stando ai numeri presentati, ancora considerevoli margini di crescita.



Proprio con questi dati si è aperta una tavola rotonda moderata da **Gianluca Zanini**, partner di **Excellence Consulting**, che ha visto la partecipazione di **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**, e **Sandro Scapellato**, direttore marketing e distribuzione di **Helvetia Italia**. Il dibattito ha messo a confronto le diverse strategie di business adottate in questo ambito dal mercato, ponendo in evidenza le opportunità (ma a volte anche i rischi) che questo modello può generare per le compagnie tradizionali.

## CUSTOMER ENGAGEMENT: PRODOTTI UTILI, QUI E ORA

L'ultima sessione tematica ha ospitato la tavola rotonda sull'engagement marketing, cui hanno partecipato **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** e **Massimo Camusso**, responsabile area commerciale di **Intesa Sanpaolo Vita**.

I relatori hanno reagito agli argomenti proposti da **Nicola Donadeo**, associate partner di **Bain & Company**, che ha condotto la discussione sul rapporto tra compagnie e clienti, utilizzo e prospettive dell'omnicanalità, accordi (o disaccordi) con la rete di vendita e modelli interni di governance. I rappresentanti delle compagnie hanno concordato sull'esigenza ripartire dai bisogni dei clienti, il che vuol dire cambiare la mentalità: capire cosa serve a chi, e in quale momento. Fondamentale per cambiare passo, tenersi i clienti e magari conquistarne di nuovi, attraverso prodotti e servizi realmente utili.

Insurance Connect ringrazia per l'indispensabile contributo gli sponsor del convegno: **Guidewire**, **Rgi**, **Acrisure**, **Alleanza Assicurazioni**, **Comparasemplice.it**, **Crif**, **Dekra**, **Icg**, **Prima Assicurazioni**, **Reply**, **wefox**, **XConsulting**, **Acb** e **Das Difesa Legale**.

Nei prossimi giorni, su **Insuranceconnect.tv**, saranno visibili tutti i video degli interventi dei relatori e delle varie tavole rotonde. Un ampio resoconto, inoltre, sarà pubblicato sul numero di luglio della nostra rivista, **Insurance Review**.

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

## 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 8 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577