

## PRIMO PIANO

### Cnp Vita Assicura, nuovo cda

François Guilgot è il nuovo presidente di Cnp Vita Assicura. La nomina è arrivata nell'ambito dell'assemblea degli azionisti della compagnia (che fa parte di Cnp Assurances) che ha rinnovato il consiglio di amministrazione. Il nuovo presidente è anche direttore della business unit Wealth management Europe, mentre la vice presidente diventa Isabelle Ortolani. Sono stati confermati l'amministratore delegato, Marco Passafiume Alfieri, e la consigliera Cécile Blondeau Dallet; completano il cda il consigliere Thierry Desvignes e due consiglieri indipendenti, Diana Cerini (professoressa) e Luisa Todini (imprenditrice).

L'assemblea di Cnp Vita Assicura ha anche rinnovato il collegio sindacale, che vede l'ingresso di Benedetta Navarra nel ruolo di presidente, Stefano Dell'Atti e Guido Paolucci come sindaci effettivi e di Elisa Menicucci e Alberto Caprari come sindaci supplenti.

Oltre al rinnovo del board, l'assemblea ha approvato anche il bilancio 2023. L'esercizio si è chiuso con un utile di 15,6 milioni di euro, un patrimonio netto pari a 695 milioni e riserve patrimoniali comprensive del risultato dell'esercizio di 448 milioni, mentre l'indice di solvibilità è pari al 210%.

**Beniamino Musto**

## INTERMEDIARI

### Luciano Lucca, dopo Assiteca, pensa al futuro

**L'ex proprietario del principale broker indipendente italiano deve rispettare un patto di non concorrenza della durata di un anno. Un tempo che utilizzerà per studiare il mercato e per valutare se rimettersi in gioco nell'arena, in pieno mutamento, del brokeraggio nazionale**

**Luciano Lucca** non si ferma. L'ex proprietario e plenipotenziario di **Assiteca** è pronto per una nuova avventura. Non subito, non adesso, ma forse già tra un anno, quando scadrà la clausola di non concorrenza, a seguito della vendita di Assiteca a **Howden**, che oggi lo relega in panchina. "Dal maggio 2025 – ha detto al telefono con *Insurance Daily* – spero di essere di nuovo sul mercato con un nuovo polo italiano del brokeraggio, aggregando realtà più piccole, oppure acquistando una società da un fondo o da un operatore estero".

La voglia di impegnarsi in qualcosa di nuovo, non nasce (solo) dall'ambizione personale, ma da precise analisi del mercato del brokeraggio nel nostro paese. Lucca è convinto che ci siano molte opportunità di sviluppo. "Dopo aver lasciato Assiteca – ha spiegato – ho ancora un anno di non concorrenza che utilizzerò per studiare il mercato, perché a mio avviso ci sono buone opportunità per un nuovo operatore e quindi non è detto che non mi rimetta in gioco".

#### TENERE INSIEME DIMENSIONE E QUALITÀ

Lucca ha un giudizio netto sulla serie di operazioni di M&A nel mondo del brokeraggio italiano, seguita proprio alla vendita di Assiteca al gruppo Howden. Secondo Lucca c'è il rischio di "un peggioramento della qualità del servizio", giacché le grandi società tendono ad avere un approccio più rivolto al "raggiungimento di certi risultati di profitto". La "scarsa conoscenza del mercato italiano da parte dei fondi", sostiene Lucca, li porterebbe ad avere "aspettative che difficilmente si realizzeranno a livello di guadagni". Ecco perché, l'ex presidente di Assiteca prevede "una sorta di onda di ritorno, cessioni e nuovi broker a capitale italiano che avranno la capacità di aggregare, garantendo un determinato livello di servizio".

Nella sua esperienza pluridecennale alla guida di quello che è stato il più grande broker indipendente italiano, Lucca ha sempre cercato di "far quadrare la dimensione con la qualità". Se da un lato, ammette, "è importante essere grandi per avere migliori relazioni con le compagnie, poter disporre di strumenti e mezzi", dall'altro per gestire la dimensione "si rischia di svalutare il servizio". L'attività del broker è, del resto, "un'attività professionale, non industriale", ribadisce Lucca, ricordando che l'intermediario di assicurazioni "produce soprattutto impegno, competenza, dedizione, preparazione, cioè tutti valori che sono tipici di un'attività professionale".

#### HARD MARKET: CONTA LA QUALITÀ DEL PORTAFOGLIO

Questo discorso vale sempre ma a maggior ragione in questi anni di hard market, rialzo dei prezzi e restringimento delle coperture, dove il ruolo del broker non può limitarsi a vendere le polizze. (continua a pag. 2)



Luciano Lucca

(continua da pag. 1) Lucca, tuttavia, non è sorpreso: "l'hard market – commenta – doveva arrivare, per anni i broker hanno operato soprattutto sugli sconti, ma ormai la qualità dei prodotti è mediamente alta e a un certo punto doveva arrivare la stretta da parte del mercato assicurativo". Ora devono emergere la capacità e la qualità della prestazione del broker, ma attenzione: "non è importante che egli si opponga agli aumenti – dice Lucca – quanto che spieghi al cliente in che modo gli aumenti garantiscono la solidità del mercato e quindi la tranquillità, da parte degli assicurati, che le compagnie risarciscano correttamente i sinistri". In altre parole, è una questione di salute del mercato, non tanto di recupero della marginalità da parte del settore assicurativo. "Poi, però – aggiunge –, il broker deve sapersi muovere con le compagnie, facendo emergere la qualità del proprio portafoglio, in modo da attenuare le richieste di aumenti".



## IL BROKERAGGIO È UNA PROFESSIONE, NON UN'INDUSTRIA

Questa visione del mercato e del lavoro dell'intermediario assicurativo, come noto, è figlia di una lunga esperienza nel mondo del brokeraggio alla guida di Assiteca, una società che, al momento della vendita, realizzava 95 milioni di euro di commissioni, quando la seconda in graduatoria ne contava meno della metà. Ma quali sono stati, negli anni, i punti di forza del modello proposto da Lucca? "La peculiarità di Assiteca è stata la qualità del servizio", risponde senza indugi. "Quando abbiamo fondato la società – ricorda – abbiamo messo al centro del business il professionista. Assiteca non era un'industria in cui i professionisti erano gli strumenti: i professionisti erano al centro e la struttura era lo strumento che, attraverso la tecnologia e le capacità economiche e finanziarie, permetteva alle persone di esprimere al meglio la loro professionalità". La seconda caratteristica distintiva di Assiteca era la presenza territoriale: "negli anni '90 – racconta – eravamo la società più presente sul territorio italiano, presidiavamo anche le zone meno frequentate dai broker, con minore concorrenza e maggior necessità di servizio".

## L'INNOVAZIONE: DA SEISICURO.IT A LEXCAPITAL

Il terzo elemento è stata l'innovazione: Assiteca ha cercato sempre di promuovere "servizi che altri non avevano". Un esempio? La costituzione di **SeiSicuro.it**, il comparatore che permise alla società di avere grande notorietà e di essere percepita dinamica e innovatrice. "In questo percorso – aggiunge Lucca – siamo stati i primi in Italia a certificarci per la qualità, i primi ad adottare il modello organizzativo 231. Abbiamo sempre lavorato – conclude – per avere qualcosa in più degli altri".

Lucca, anche se non nel mondo assicurativo, è comunque pienamente attivo: è presidente di **LexCapital**, una realtà che si occupa di litigation funding, un inedito nel mercato italiano. La società, una start up di legal-tech, si assume tutti gli oneri per spese legali e consulenze tecniche, anche nel caso di esito sfavorevole del contenzioso, e solo in caso favorevole partecipa con una quota concordata al vantaggio economico del cliente.

Fabrizio Aurilia



INSURANCE  
REVIEW

è su LinkedIn

Segui la nostra pagina

in

## RICERCHE

# Insurtech, calano i finanziamenti

**Come emerge dall'ultimo report di Gallagher Re, nei primi tre mesi dell'anno la raccolta globale è scesa sotto al miliardo di dollari. Risultati positivi per le società focalizzate sull'AI, che hanno attirato circa un terzo delle offerte. Bene anche gli early-stage, in aumento del 26,5% dalla fine del 2023**

Nel primo trimestre del 2024, i finanziamenti globali alle insurtech sono scesi a 912 milioni di dollari (da 1,1 miliardi dei tre mesi precedenti): il risultato più basso dall'inizio del 2020. Il motivo principale è stato l'assenza di round superiori a 100 milioni di dollari, una situazione che si è verificata per la prima volta dal settembre del 2017. Al contrario, i finanziamenti early-stage sono aumentati del 26,5%. Sono alcune delle evidenze che emergono dall'ultimo *Global Insurtech Report* di **Gallagher Re**, che monitora l'andamento del settore. Nei primi tre mesi del 2024, il numero di accordi di finanziamento delle insurtech è aumentato del 7% rispetto al trimestre precedente. Questa crescita dimostra che l'interesse globale rimane forte, anche se la dimensione media degli accordi si è ridotta del 30,6%, passando da poco più di 14 milioni di dollari a poco meno di 10 milioni (e i finanziamenti globali, di conseguenza, sono calati del 17,3%). Oltre un quarto degli accordi di inizio 2024 ha riguardato insurtech centrate sull'intelligenza artificiale (AI). La metà degli accordi, realtà focalizzate sulla distribuzione. Dei 912 milioni raccolti, 606 sono andati a insurtech in ambito property & casualty (P&C), per una diminuzione del 22,5% rispetto all'ultimo trimestre 2023. La dimensione media di un accordo in questa categoria ha raggiunto il punto più basso dall'inizio del 2018 (10,1 milioni di dollari) e anche il numero totale delle operazioni è diminuito. I finanziamenti per le insurtech nel settore life & health (L&H) sono invece calati soltanto del 4,7% (a 366,7 milioni di dollari). Ciò è il risultato di un aumento considerevole del numero di operazioni in questo settore (del 54,2%) accompagnato da una drastica riduzione della dimensione media degli accordi (-40%), che è scesa a 9,3 milioni di dollari.

### Crescono i finanziamenti early-stage

Come già accennato, i finanziamenti early-stage sono aumentati del 26,5%, raggiungendo un totale di 280 milioni di dollari. Questa crescita ha attraversato sia il settore P&C sia quello L&H, che hanno visto aumenti rispettivamente del 16,8% e del



66,9%, ascrivibili a un aumento del numero e della dimensione media degli accordi. Risultati positivi anche per le insurtech focalizzate sull'AI, che nei primi tre mesi del 2024 hanno attratto il 28% delle offerte, ottenendo finanziamenti per 316 milioni. Ciononostante, la dimensione media degli accordi per queste realtà (10,5 milioni di dollari) è stata leggermente superiore rispetto alla media complessiva del settore. Il rapporto di Gallagher Re punta poi il riflettore sull'uso dell'AI nella distribuzione e nelle vendite, facendo notare come 54 dei 107 accordi di finanziamento di insurtech del primo trimestre siano andati a realtà focalizzate sulla distribuzione. Queste società hanno raccolto un totale di 528 milioni di dollari, e la dimensione media degli accordi (9,8 milioni di dollari) è stata quasi pari alla dimensione media complessiva del comparto. Il primo trimestre 2024 ha visto 37 investimenti tecnologici da riassicuratori, il 54% di questi è stato diretto verso società con sede negli Stati Uniti, mentre gli investimenti early-stage comprendevano la maggioranza (62%) delle operazioni, conclude il documento.

M.S.

### 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 20 maggio 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 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Melià | Via Masaccio 19, 20149 Milano



### OPENING SESSION

#### BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

Intelligenza artificiale, machine learning, big data, blockchain, IoT, cloud computing e digitalizzazione sono le leve che il settore assicurativo sta utilizzando per ricercare spazi di innovazione distintivi che consentano di potenziare il valore dell'assicurazione nel nostro paese, la diversificazione dei servizi e la relazione con il cliente. Il legame tra Business e Tecnologia si stringe in percorsi sempre più sfidanti, tracciati da scenari difficili e caratterizzati da crisi permanenti, effetti dei cambiamenti climatici, criteri di mutualità e ricerca di profittabilità. Il ripensamento del business assicurativo è sostenuto da modelli evoluti di valutazione e mitigazione del rischio, interpretazione dello strumento tecnologico a favore delle strategie identitarie, commerciali e di sostenibilità delle compagnie.

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

Sponsor opening session

9.00 – 9.30



#### REGISTRAZIONE

9.30 – 10.30



#### TAVOLA ROTONDA – BUSINESS TRANSFORMATION: INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DIGITALIZZAZIONE PER LA NUOVA ASSICURAZIONE

- Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
- Renzo Avesani, chief executive officer di Leithà (gruppo Unipol)
- Irene Di Deo, ricercatrice senior dell'Osservatorio artificial intelligence Polimi
- Enzo Di Puma, chief operating officer di Axa Italia
- Sergio Miedico, chief operating officer di Reale Ites
- Vanessa Perciballi, head of data products and BI tools di Generali Italia

10.30 – 10.40



#### SCENARIO DI MERCATO E INNOVAZIONE PER CITTADINI E IMPRESE

- Intervista a Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania

10.40 – 11.00



#### CONFIGURAZIONE ZERO-CODE ATTRAVERSO L'INTERA CATENA DEL VALORE

- Sara Zavarise, head of pre-sales di Rgi

11.00 – 11.30



#### COFFEE BREAK

11.30 – 12.30



#### TAVOLA ROTONDA – OMNICHANNEL, COSÌ CAMBIA L'INTERAZIONE CON IL CLIENTE

- Strategie, tecnologie, progetti per l'evoluzione del servizio (nel mondo salute, auto, danni) e della centralità del cliente
- Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
  - Letizia D'Abbondanza, responsabile customer & external communication di Axa Italia
  - Mirella Maffei, direttore business development & finance di Assimoco e direttore generale di Bcc Assicurazioni
  - Lorenzo Maselli, head of go to market di Doxee
  - Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e ad di Blue Assistance
  - Eddy Piedepalumbo, responsabile agenzie, affinity e broker di Helvetia Italia

12.30 – 13.00



#### TAVOLA ROTONDA – INSURTECH: IDEE, TECNOLOGIE E AREE DI APPLICAZIONE

- Il contributo di insurtech e start up all'innovazione del settore assicurativo: scenario di mercato, azioni intraprese, risultati e opportunità da cogliere
- Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
  - Simone Ranucci Brandimarte, presidente dell'Italian Insurtech Association
  - Nicolò Soresina, ceo e chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub

13.00 – 14.00



#### LUNCH



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2024

11 GIUGNO 2024 | 9:00 - 17:00

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

## SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

14.00 - 15.30

- I trend di mercato, le strategie delle compagnie e gli orientamenti del cliente stanno accelerando le azioni degli intermediari in un quadro fatto di ricerca di stabilità, competitività, efficienza e valore aggiunto per il cliente. A caratterizzare il cambiamento sono digitalizzazione, piattaforme tecnologiche, specializzazione, accordi commerciali e società di servizi.

14.00 – 14.20 – **MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI, UNA LEVA DI SUCCESSO PER GLI INTERMEDIARI**  
- Fabio Orsi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14.20 – 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – TECNOLOGIE, ORGANIZZAZIONE E PARTNERSHIP: DALLE ESIGENZE DELLA CLIENTELA AL NUOVO BUSINESS**  
modera Fabio Orsi, Innovation Team

- Alberto Bonomo, amministratore di X Consulting
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Enzo Sivori, presidente di Agenti UnipolSai Associati
- Giuseppe Suter, presidente del Gruppo Agenti Italiana Assicurazioni
- Enrico Ullivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

## SESSIONE TEMATICA INNOVATION LAB

14.00 – 15.30

- Interpretare il cambiamento, anticipare l'evoluzione del mercato e della clientela, amplificare le possibilità di offrire soluzioni e servizi. Con questo obiettivo sono nati centri di competenza e importanti iniziative capaci di prevedere il futuro, favorire nuove opportunità, fornire risposte concrete al cliente.

14.00 - 14.20 – **AI ACT IN ACTION: SFIDE E OPPORTUNITÀ DI INNOVAZIONE PER IL SETTORE ASSICURATIVO**  
- Stefania Salmi, manager di Scs Consulting

14.20 - 15.30 – **TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE E PROGETTI PER L'INNOVAZIONE**

- Enkeleida Bitri, responsabile innovazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Andrea Cavallero, chief operations & IT officer di Generali Italia
- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai
- Maurizio Rainò, chief claims officer di Axa Italia
- Elena Repetto, chief operating officer del Gruppo Helvetia Italia
- Davide Ricci, senior manager di Scs Consulting

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor





## SESSIONE TEMATICA COMUNICAZIONE

15.30 – 17.00

La comunicazione, attraverso i social, sul territorio o coinvolgendo dipendenti e reti di vendita, è un pilastro per trasmettere i valori identitari delle compagnie, sensibilizzare la clientela verso l'importanza dell'educazione finanziaria, l'inclusione, la partecipazione. E far emergere, con strumenti e iniziative innovative, il ruolo economico e sociale dell'assicurazione.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – INIZIATIVE PHYGITAL, EDUCATIVE E INCLUSIVE

modera Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Carla Bellavia, direttore risorse umane, organizzazione e comunicazione di Groupama Assicurazioni
- Luciano Chillemi, responsabile comunicazione istituzionale e customer care di Vittoria Assicurazioni
- Chiara Pastorino, responsabile personale e organizzazione di Intesa Sanpaolo Vita
- Luca Petermaier, responsabile comunicazione di gruppo, relazioni esterne e corporate identity del gruppo Itas
- Esponente Axa Italia\*

16.45 – 17.00 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA DISTRIBUZIONE E MODELLI DI OFFERTA

15.30 – 17.00

La pluralità di modelli distributivi è espressione della ricerca di innovazione da parte degli operatori del settore, tra nuove strategie basate sulla tecnologia e sulle partnership, capacità di comporre e valorizzare prodotti e servizi (anche in ottica embedded insurance o polizze parametriche), e di interagire con i clienti.

### 15.30 – 16.45 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER L'INNOVAZIONE DEI MODELLI DISTRIBUTIVI

- Fabio Ariolli, energy & insurance director di Wind Tre
- Leonardo Felician, ceo BeRebel (gruppo Unipol)
- Simone Lazzaro, chief underwriting officer di Revo Insurance
- Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
- Jean-François Mossino, presidente della Commissione Agenti Bipar
- Antonio Valitutti, ad di Isybank

16.45 – 17.00 – Q&A

Sponsor opening session



Sponsor sessione tematica



Official sponsor



\*invitato a partecipare

**ISCRIVITI CLICCANDO QUI**  
**SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO**