

PRIMO PIANO

Unipol non compra quote di Mps

Acquisto di quote di Mps? No grazie. Nell'ambito della prossima operazione di collocamento di azioni di Monte dei Paschi di Siena da parte del ministero dell'Economia e delle Finanze, Unipol non sarà della partita. Lo ha detto ieri il ceo Carlo Cimbri parlando con la stampa a margine della cerimonia al Quirinale in cui il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, gli ha conferito l'onorificenza di Cavaliere del lavoro (l'annuncio della nomina era già stato dato lo scorso maggio).

A domanda diretta di un cronista su un possibile acquisto di quote Mps nell'ambito della cessione che, probabilmente a novembre, intende fare il Mef (attualmente la quota vale circa il 26% della banca senese), il presidente di Unipol ha replicato con un secco: "no". Cimbri ha anche escluso che il gruppo possa investire in Poste Italiane in caso di offerta pubblica di vendita sul 14% su cui sta lavorando il ministero. "Strategicamente no", ha detto Cimbri, pur non escludendo che la direzione preposta agli affari finanziari del gruppo bolognese possa valutare di comprare il titolo nell'ambito dell'Opv per le proprie gestioni patrimoniali: "se la nostra direzione Finanza valuterà di farlo va benissimo", le parole del presidente di Unipol.

B.M.

EVENTI

Gestione sinistri property, il momento di fare sistema

L'ultimo convegno di Benpower, di scena lo scorso 29 ottobre a Milano, ha rimarcato la necessità di una maggiore collaborazione fra compagnie, intermediari, periti e società di risanamento per offrire al cliente un servizio adeguato a uno scenario di rischio che sta evolvendo molto rapidamente

Il 2024 potrebbe segnare un nuovo inizio per il mercato della gestione sinistri property in Italia. E sono molti i motivi che spingono il settore verso un sostanziale consolidamento di una filiera che racchiude compagnie, intermediari, periti e società di bonifica e risanamento del danno. Innanzitutto, l'esperienza dell'eccezionale ondata di eventi estremi che si sono abbattuti lo scorso anno sul nostro paese. Poi gli effetti sempre più devastanti del cambiamento climatico. E infine l'attesa entrata in vigore dell'obbligo per le imprese attive in Italia di sottoscrivere una polizza assicurativa contro le catastrofi naturali. Sono molte dunque le novità che attendono il mercato. E come emerso in occasione del 22esimo convegno di **Benpower**, sarà indispensabile uno sforzo di sistema fra tutti gli operatori del settore per affrontare uno scenario in così rapida evoluzione e cogliere in questo modo tutte le opportunità che possono emergere dal cambiamento.

Di scena lo scorso 29 ottobre presso *The Westin Palace* di Milano, il tradizionale appuntamento della società di bonifica e risanamento presieduta da **Ben Isufaj** ha coinvolto, come ogni anno, numerosi protagonisti del settore in un confronto vivace sull'attuale panorama di mercato e sulle principali sfide (e opportunità) che attendono la filiera della gestione sinistri property. "Credo che siamo arrivati all'anno zero", ha affermato l'amministratore delegato **Giuliano Basile** nelle battute iniziali dell'evento, di fronte a una platea di circa 150 addetti ai lavori. "L'esperienza degli ultimi anni sembra avere ridato dignità a un settore che è sempre rimasto un po' in ombra rispetto al business dell'auto: c'è una sensibilità nuova verso la gestione di questi sinistri e ora – ha sottolineato – penso che sia arrivato il momento di lavorare insieme per raggiungere quella maturità di cui abbiamo bisogno".

L'OBIETTIVO DEL SERVIZIO

In un panorama in continua evoluzione, caratterizzato da nuovi rischi e interventi normativi, l'obiettivo della filiera della gestione sinistri property resta comunque il servizio alla clientela. Soprattutto in uno scenario che, come detto, ha visto una crescita dell'intensità e della frequenza degli eventi estremi. Di conseguenza, richiede ora modelli in grado di garantire un'assistenza adeguata al cliente. Lo si è capito bene nel corso della tavola rotonda moderata da Basile che ha visto salire sul palco **Luigi Baccaro**, claims director di **Sara Assicurazioni**, **Norberto Odorico**, claims chief officer di **UnipolSai**, e **Massimiliano Sodano**, head of claims di **Allianz Italia**.

"Per chiudere un sinistro property serve un allineamento complessivo fra compagnia, intermediario, perito e società di risanamento", ha esordito Sodano. "Riuscire a farlo non è sempre semplice, non abbiamo ancora raggiunto la strutturazione e l'esperienza che abbiamo maturato nel business auto, però il nostro obiettivo – ha aggiunto – resta quello di definire processi e strumenti che possano migliorare la qualità del servizio reso". Per farlo, come già accennato, sarà fondamentale fare sistema. (continua a pagina 2)



Giuliano Basile e Ben Isufaj

(continua da pagina 1) Odorico, a tal proposito, ha evidenziato “l’impegno messo dalla nostra compagnia per integrare, per esempio, i software peritali, cosa non semplice visto che spesso ogni partner interpreta i dati in maniera diversa: dobbiamo fare tutti uno sforzo – ha affermato – per integrare questi strumenti e metterli a servizio di una gestione sinistri rapida ed efficiente”.

UN NUOVO MODELLO DI PERITO

Odorico si è soffermato a lungo sul ruolo del perito. In fondo, ha detto, “è lui che partecipa al sopralluogo al momento del sinistro ed è dunque sempre lui che può e deve fornirci indicazioni sulla tipologia di danno e sul possibile intervento da effettuare da parte di una società di risanamento”. È questo, ha aggiunto, il primo passo verso “un’analisi dei bisogni del cliente che deve essere fatta in maniera sempre più rapida ed efficiente, soprattutto in situazioni frenetiche come quelle che abbiamo affrontato lo scorso anno”.

Anche Baccaro si è detto convinto che il perito può ricoprire un ruolo fondamentale nella filiera della gestione sinistri property. “Il perito è sempre più strutturale all’interno di questo processo: deve essere in grado di dialogare con la compagnia e di utilizzare gli strumenti che gli mettiamo a disposizione”, ha commentato. A cominciare dalle nuove soluzioni tecnologiche che il mercato sta adottando anche in un’ottica di mitigazione e prevenzione del rischio. “Nella nostra società, per esempio, abbiamo integrato tramite app una serie di alert sulle condizioni meteo e utilizziamo piattaforme per l’analisi del rischio in fase assuntiva”, ha illustrato il manager. Tutto ciò si riflette poi chiaramente anche nella fase di gestione del rischio. Con la consapevolezza, ha precisato Baccaro, che quella del perito “resta una professione umana, in cui l’aspetto relazionale ha un ruolo centrale”.

UNA POLIZZA DI SERVIZIO

Il lato umano della gestione sinistri trova pieno riscontro anche nell’attività di risanamento del danno. “La soddisfazione del cliente è probabilmente il vero valore aggiunto”, ha affermato Baccaro parlando della partnership stretta dalla compagnia in questo ambito con Benpower. “È qualcosa che dà tranquillità a noi, perché non siamo soli in questa fase delicata e offre maggiori garanzie a un cliente che, dopo un sinistro devastante, riesce a riprendere rapidamente le proprie attività”, ha proseguito.

L’obiettivo è ora quello di collaborare e riuscire a espandere ulteriormente il modello. “Una polizza con una clausola di risanamento del danno è di fatto una polizza di servizio: non offre semplicemente un indennizzo, che poi il cliente deve gestire da solo per riparare il danno subito, ma garantisce un ripristino che magari un semplice cittadino può far fatica a ottenere”, ha commentato Sodano. Il sogno di tutti, ha concluso, è probabilmente “la definizione di un modello come quello attualmente vigente in Spagna, in cui il 70% delle polizze sulla casa prevede una clausola di risanamento del danno in forma specifica: ci vorrà del tempo, ma con il contributo di tutti è un traguardo che possiamo raggiungere”.

UNO SGUARDO ALLA TECNOLOGIA

L’evento, condotto da **Maria Carolina Balbusso**, responsabile marketing e comunicazione di Benpower, si è concluso con un intervento di **Gerardo Di Francesco**, co-founder di **Wide Group**, sulle potenzialità delle nuove tecnologie, e in particolare dell’intelligenza artificiale, nell’evoluzione del settore assicurativo.

Punto di partenza della riflessione è che molto probabilmente, ha affermato Di Francesco, novità come ChatGPT e la genAI “non potranno da sole innescare una rivoluzione nel mercato”. Almeno non nel breve periodo. “Siamo di fronte a un momento del tutto analogo alla diffusione dell’elettricità: all’inizio la novità si traduce semplicemente nell’accensione di una lampadina, ma poi può cambiare tutto”, ha commentato. Nessuno può avere certezze su quello che potrà riservare il futuro, ma il mercato sembra puntare forte sulla novità. “L’80% degli operatori di mercato ha effettuato o sta effettuando test in questo ambito”, ha proseguito. “È importante lavorare per piccoli passi, accontentarsi magari di miglioramenti incrementali, evitare di affidarsi unicamente a un unico fornitore e aprirsi a tutto quello che potrà riservare il settore: anche in questo caso – ha concluso – la necessità di fare sistema sarà fondamentale”.



Un momento della tavola rotonda



Giacomo Corvi

EVENTI

La trasformazione digitale e telematica nell'assicurazione auto

Una giornata di approfondimento, organizzata da Insurance Skills Jam in collaborazione con Cambridge Mobile Telematics, ha analizzato l'impatto della digitalizzazione e la sua declinazione assicurativa sui nuovi prodotti auto, destinati a trasformare il rapporto tra compagnie e clienti non solo in una logica di risparmio sul prezzo della polizza, ma anche creando engagement e stimolando una maggiore attenzione per la sicurezza alla guida

L'introduzione della telematica nel segmento motor italiano, in cui il nostro paese è stato pioniere a livello mondiale, ha progressivamente modificato il prodotto Rc auto. I dati provenienti dalle black box hanno aperto numerose possibilità in termini di capacità di pricing, offerta di servizi, e gestione dei sinistri (senza dimenticare l'antifrode). E proprio agli sviluppi e alle ulteriori potenzialità della telematica auto è stato dedicato l'ultimo appuntamento organizzato da **Insurance Skills Jam** – il **convivio assicurativo** con il contributo scientifico di **Cambridge Mobile Telematics (Cmt)**, svoltosi il 29 ottobre scorso a Milano.

Introducendo i lavori, il segretario di Insurance Skills Jam, **Orazio Rossi**, ha inquadrato il tema partendo dall'utilità sociale della telematica auto: in Italia, ha ricordato, ogni anno ci sono centinaia di migliaia di incidenti, che provocano più di 3.000 morti e lasciano migliaia di invalidi. "Qualsiasi casa possa mitigare questo rischio – ha detto – deve essere ben accolta, perché l'incidentalità è un costo sociale notevole". L'auspicio è quindi che la telematica venga sempre più adottata in chiave di prevenzione. Lo spirito dell'iniziativa è stato ribadito poi da **Valerio Castellana**, senior sales director per l'Italia di Cambridge Mobile Telematics Europe, ed è "quello di pensare in modo differente rispetto a ciò che la tecnologia può offrire in prospettiva. Il nostro contributo – ha affermato – guarda all'evoluzione tecnologica del settore auto per poter pensare a una Rca che non sia solo la polizza obbligatoria per legge, ma un prodotto a servizio del cliente e in grado di creare engagement".

Per innovare bisogna sperimentare

Momento tra i più attesi dell'appuntamento, l'intervento di **Hari Balakrishnan**, professore al **Mit** di Boston, cto & founder di Cambridge Mobile Telematics, nonché vincitore nel 2023 del prestigioso **Premio Marconi**. Intervistato dal professor **Gionata Tedeschi**, l'esperto ha spiegato in che modo la tecnologia può aiutare le persone a vivere meglio. Più che la sofisticazione del prezzo, ha sottolineato, l'uso della telematica "è interessante in chiave di prevenzione". Balakrishnan ha citato le statistiche relative agli incidenti stradali, che in Italia sono la prima causa di morte tra gli under 26. "La maggiore dotazione tecnologica dei veicoli –



© Insurance Skills Jam

ha detto – non ha a che vedere con una maggiore sicurezza. Anche con l'aumentare delle tecnologie a bordo delle auto le morti sono rimaste stabili in molte aree del mondo". Non a caso una delle principali cause degli incidenti è la distrazione causata dallo smartphone. Ma è proprio da qui, dalla tecnologia, che può arrivare un prezioso contributo in chiave di prevenzione "grazie all'engagement degli utenti attraverso l'uso della telematica". Su questo aspetto, il professore ha citato diverse best practice a cui guardare (in Sudafrica, negli Usa, in Giappone) per l'assistenza e il coaching con meccanismi premianti.

Non è mancato un passaggio sull'intelligenza artificiale, tecnologia attorno a cui "esistono differenti approcci" e in cui un'evoluzione potrà arrivare dalla combinazione di "machine learning, conoscenza dei principi della fisica, analisi dei dati e capacità di rielaborazione del linguaggio". Ma la prevenzione, ha chiosato Balakrishnan "è anche il risultato della sperimentazione, quindi è fondamentale verificare le buone idee e proseguire sulla strada di ciò che funziona".

L'impatto della digitalizzazione sui nuovi prodotti auto

La discussione si è poi addentrata sul segmento motor italiano, e in particolare su come trasformare il rapporto tra compagnie assicurative e clienti attraverso la digitalizzazione. (continua a pagina 4)

(continua da pagina 3) La tavola rotonda, moderata da **Sergio Stolfi**, founder & member of the board di Insurance Skills Jam, ha visto gli interventi di **Alberto Busetto**, ceo & gm di **Generali Jeniot**, **Davide Devietti**, direttore auto, direzione tecnica danni di **Reale Mutua**, **Barbara Panzeri**, head of marketing di **ConTe.it** e **Nicolò Soresina**, ceo di **Vittoria hub**.

Portare la tecnologia e il dato al cuore dell'assicurazione, in una logica di interazione profonda con il cliente, è la mission di Jeniot, ha ricordato Alberto Busetto, il quale ha sottolineato "i passi da gigante sia nella gestione dei sinistri, sia nella prevenzione" ponendo un'enfasi sulle "azioni che possono ridurre il rischio sulla strada". Il tema della sostenibilità infatti, oggi profondamente radicato, non è da intendersi solo per la riduzione dei consumi, ma nella sostenibilità sociale in termini di incidenti, sinistri, lesioni. Per Jeniot quindi "la tecnologia è un abilitatore di relazione", pertanto anche il ruolo dell'agente è centrale per uscire dalla trappola del prezzo. Su questo aspetto ha concordato Davide Devietti, secondo il quale l'intermediario è la figura che deve divulgare e cavalcare la trasformazione; ecco perché, ha osservato, "la soluzione assicurativa deve essere anche semplice affinché possa avere una collocazione in grado di arricchire l'offerta, e non appesantirla". Devietti ha però lamentato il peso della regolamentazione nel segmento auto, e la percezione eccessivamente (quando non unicamente) legata al prezzo quando si guarda ai prodotti connessi alla telematica. Sulla stessa linea di pensiero anche Barbara Panzeri, secondo cui "in Italia per anni i clienti hanno chiesto la black box unicamente per risparmiare sul premio della polizza". Oggi però la telematica è un'enorme opportunità grazie alla possibilità di raccogliere sempre più dati e alla capacità di tradurli in azioni concrete. In questo solco si muove il lavoro di Vittoria hub, nata per creare, come ha detto Nicolò Soresina, "innovazione out of the box", individuando start up in grado di portare idee diverse, nuovi modi di vedere le cose. "La start up – ha detto – è un fotone che deve entrare in collisione con un cristallo di materia, l'assicurazione, per creare energia".



L'evoluzione dei modelli data driven

Una seconda tavola rotonda si è poi addentrata sui temi del pricing e della gestione sinistri. Al dibattito, moderato da **Maurizio Ballabio**, membro del comitato tecnico scientifico di Insurance Skills Jam, hanno partecipato **Andrea Listello**, head of telematics business unit di **UnipolTech**, **Oscar Foti**, responsabile underwriting motor & marine del **Gruppo Helvetia Italia**, **Massimiliano Mascoli**, head of insurtech & international business di **Sara Assicurazioni**, e **Marco Amendolagine**, head of product Europe & Apac di Cambridge Mobile Telematics.

Pioniere nell'innovazione, forte di 4,2 milioni di black box installate, il gruppo **Unipol** è certamente un punto di riferimento: "abbiamo iniziato nel 2003 a studiare il dato e capire i risvolti sui sinistri e sul pricing. Questa operazione ha creato valore, si sono creati i volumi, e quindi è stata creata una società ad hoc, **Alpha Evolution**, diventata poi UnipolTech", ha ricordato Listello. "Lavoriamo a stretto contatto con la compagnia per fornire servizi e per internalizzare gran parte della catena del valore". Il tipo di scambio con la compagnia è costante: "il dato deve essere di qualità affinché si possa costruire del valore in chiave di pricing, claims, antifrode". Ma anche la parte riguardante i costi è fondamentale per far quadrare il business case, e su questo aspetto UnipolTech ha centralizzato tutta la filiera della telematica, dal design della black box alla spedizione a casa, fino allo smaltimento.

Nella visione del Gruppo Helvetia Italia, ha detto Oscar Foti, l'attuale stadio di evoluzione della tecnologia "sta portando un notevole volume di dati che possiamo raccogliere e interpretare per sviluppare un'offerta calibrata sulle reali necessità del cliente, e questo ci potrà portare a offrire un prodotto un po' più accattivante e costruito attorno a dei servizi". E se oggi la black box viene venduta per il prezzo, la sfida "è cogliere tutti gli altri dati che arrivano dall'innovazione tecnologica: la vecchia box – ha chiosato – è ormai superata". (continua a pagina 5)

(continua da pagina 4) Per Sara Assicurazioni un aspetto importante è quello della contaminazione. “Nella nostra realtà – ha spiegato – abbiamo un processo di innovazione distribuito”. Per scardinare l’abitudine del prodotto telematico venduto sulla base del prezzo “occorre lavorare sulla tempistica”, mentre sul tema della distrazione alla guida “la possibilità di usare i dati è molto ricca e ci offre l’opportunità di rendere più consapevole al cliente”.

E se 18 anni fa, come ha ricordato Marco Amendolagine, la telematica veniva usata soprattutto in chiave antifrode, oggi tanta acqua è passata sotto ai ponti: sono stati sviluppati tanti servizi, sia per la fase di denuncia, sia per la gestione del claim. Amendolagine ha osservato in particolare come negli ultimi anni stiamo assistendo a un aumento della qualità del dato, il che, tra le altre cose, ha consentito di concentrarsi sui servizi per migliorare l’esperienza del cliente durante il sinistro con alcune modalità che ne pre-incanalano la gestione (ad esempio comprendendo ex ante se è di entità grave o lieve), “e tutto ciò – ha evidenziato – porta una velocizzazione del servizio a favore del cliente”. Attore protagonista dell’evoluzione ora in atto è senza dubbio lo smartphone, ma parallelamente esistono use case di device creati ad hoc. “A livello mondiale – ha detto Amendolagine – notiamo che i casi più di successo riguardano i cosiddetti Tag, dispositivi IoT connessi allo smartphone che hanno un’efficienza molto alta”. Per il futuro, archiviato “il miraggio della connected car”, all’orizzonte ci sono scenari interessanti “che potrebbero essere un nuovo step di quella che può essere la diffusione della connected insurance”.



Nell’intervento a chiusura della giornata, **Nino Tarantino**, svp head of international sales di Cambridge Mobile Telematics è tornato sul smartphone e sulla sua centralità. “Un terzo degli incidenti rilevati dalla telematica – ha affermato – sono stati provocati dalla distrazione al telefono. È la causa del problema, e può essere anche la soluzione. La tecnologia deve riuscire a farlo diventare lo strumento principale di cambiamento, nell’engagement, identificando le modalità attraverso cui il guidatore abbia un incentivo, una motivazione per cambiare il proprio comportamento”.

Beniamino Musto

Festa di Ognissanti

In occasione della festività di Ognissanti, la redazione di **Insurance Connect** non sarà operativa domani, venerdì primo novembre. Anche *Insurance Daily* non uscirà domani ma tornerà regolarmente lunedì 4 novembre. Tutti i siti di Insurance Connect torneranno a essere aggiornati lunedì.

La redazione augura a tutti i lettori buone feste.



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

RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio 19, 20149, Milano



La competitività nel ramo auto si gioca oggi su più livelli di azione e di investimento: l'efficienza operativa, l'utilizzo di tecnologie evolute e dei dati che queste sono in grado di generare, la profilazione del cliente, il contrasto alle frodi, la formulazione di servizi più o meno integrati in un ecosistema della mobilità, le partnership tecnologiche e distributive.

Il settore assicurativo ha vissuto in poco tempo una accelerazione dell'innovazione nell'Rc auto: un dinamismo che però ha sempre dovuto fare i conti con la necessaria sostenibilità del sistema, il rigore tecnico e il prezzo della polizza in un mercato sempre più competitivo.

Trasversalmente a questo scenario resta il grande tema della normativa e delle attività del regolatore, i cui obiettivi sono la tutela del cliente, la tenuta del sistema, il controllo di una concorrenza virtuosa.

Molti sono ancora i nodi che sembrano contrastare l'andamento dell'Rc auto e condizionarne lo sviluppo, in un mercato basato sulla mutualità a cui dare ogni giorno risposte adeguate, efficienti e di qualità per i clienti. Un contesto che richiede il costante dialogo tra istituzioni, compagnie e operatori della filiera distributiva e liquidativa.

Il convegno si propone di analizzare:

- *I trend di mercato, l'andamento dei premi e la relazione tra consumatori e costo dell'Rc auto*
- *Le strategie competitive delle compagnie*
- *La riforma dell'Rc auto: criticità e opportunità*
- *L'underwriting come attività strategica: tecnologie, strumenti e obiettivi*
- *La customer experience tra utilizzo e valore dei dati, gestione del rischio e servizi integrati*
- *Rc auto, l'omnicanalità nell'ecosistema della mobilità*
- *L'evoluzione della mobilità*
- *La centralità dell'attività antifrode*
- *Gestione sinistri: il valore economico del legame tra efficienza e servizio*
- *Il ruolo della rete distributiva e liquidativa*

Main sponsor



PROGRAMMA

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

09.00 – 09.30	■ REGISTRAZIONE
09.30 – 09.50	■ I TREND DI MERCATO E IL GRANDE CANTIERE DELLA RIFORMA RC AUTO <i>Keynote speech</i> - Alina Fantozzi, partner di Innovation Team - Mbs Consulting (Gruppo Cerved) - Maurizio Hazan, managing partner dello studio legale Thmr
09.50 – 10.10	■ CONNECTED INSURANCE: LA NUOVA FRONTIERA DELLA CUSTOMER JOURNEY - Marco Amendolagine, head of product management, Europe and Apac di Cambridge Mobile Telematics
10.10 – 10.40	■ TAVOLA ROTONDA – UNDERWRITING: CONOSCENZA DEL CLIENTE E GESTIONE DEI RISCHI - Pamela Botta, responsabile underwriting di Zurich Italia - Daria Cigliana, responsabile funzione attuariale di Intesa Sanpaolo Vita - Francesca Di Paola, direttore attuariale di Sara Assicurazioni
10.40 – 11.00	■ DATI E AI: STRADA OBBLIGATA PER LA PRICING SOPHISTICATION - Giuseppe Dosi, head of insurance di Crif
11.00 – 11.30	◆ <i>Coffee break</i>
11.30 – 13.00	■ TAVOLA ROTONDA – DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA - Luca Colombano, direttore generale di Italiana Assicurazioni - Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass - Gilberto Guerrieri, responsabile servizio Gestione fondi e organismo di indennizzo di Consap - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Maria Cristina Leoni, responsabile servizio Amministrazione fondi di Consap - Enrico San Pietro, insurance general manager di UnipolSai
13.00 – 14.00	◆ <i>Lunch</i>
14.00 – 14.20	■ DUSTIN, DECISIONI BASATE SUI COMPORTAMENTI DEL CONDUCENTE - Enrico Landolfi, R&D Manager di Innovability - NetCom Group
14.20 – 14.40	■ OUTSOURCING SINISTRI FRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ - Francesco Privitera, ceo di Sogesa
14.40 – 15.10	■ TAVOLA ROTONDA – LA MOBILITÀ DEL FUTURO - Giuseppe Benincasa, direttore generale di Aniasa - Lorenzo Premuda, technical manager di Carglass - Elisa Vannini, ricercatrice dell'Osservatorio Connected Vehicle & Mobility del Politecnico di Milano
15.10 – 15.30	■ RIFORMA RC AUTO: L'IMPORTANZA DELL'ATTIVITÀ ANTIFRODE - Sonia De Canale, owner di Claim Expert
15.30 – 17.00	■ TAVOLA ROTONDA – GESTIONE SINISTRI, IL VALORE ECONOMICO DEL LEGAME TRA EFFICIENZA E SERVIZIO - Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua - Daniele Ferraro, responsabile del servizio sinistri di Bene Assicurazioni - Laura Gargasole, responsabile sinistri del Gruppo Helvetia Italia - Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni - Norberto Odorico, chief claims officer di UnipolSai - Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia - Attilio Speri, head of claims di Verti Assicurazioni - Roberto Trementozzi, responsabile gestione sinistri area tecnica danni di Crédit Agricole Assicurazioni



CONVEGNO

12 NOVEMBRE 2024 | 9:00 - 17:00

RC AUTO, DAL CLIENTE ALLA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

Main sponsor



ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO