

PRIMO PIANO

Solvency II secondo Ania

La revisione di Solvency II, in primis, dovrebbe perseguire la riduzione dei requisiti e dei vincoli che possono ostacolare gli investimenti a lungo termine: questo obiettivo può essere raggiunto con interventi mirati che dovrebbero portare a una migliore calibrazione del rischio reale degli assicuratori. Questa la tesi di Ania, presentata a un recente convegno sulla riforma di Solvency II, in fase di discussione. Secondo Ania, Solvency II è certamente il quadro prudenziale più sofisticato al mondo, ma è anche il più conservativo, con la conseguenza di creare costi e barriere, spesso inutili, che hanno un impatto significativo sulla capacità degli assicuratori di effettuare investimenti a lungo termine nell'economia reale e di offrire prodotti con lunghe scadenze.

Dal punto di vista del mercato italiano, il primo punto è migliorare il volatility adjustment per mitigare la volatilità del mercato, così da riflettere meglio gli spread al di sopra del tasso risk-free. Per farlo, occorre mantenere l'attuale metodologia di estrapolazione, evitando complessità aggiuntive o, in alternativa, introdurre una nuova metodologia attraverso un meccanismo di phase-in semplice e automatico. Per un approfondimento, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

EVENTI

La troppa informazione che non aiuta il cliente

Quanto le centinaia di informative contrattuali delle polizze aiutano gli utenti a scegliere consapevolmente un prodotto assicurativo? Un webinar organizzato da Sna e Confconsumatori ha approfondito il rapporto tra un linguaggio assicurativo spesso inaccessibile e la necessità degli assicurati di riuscire a capire cosa si sta acquistando

Digitalizzazione e dematerializzazione sono due parole di cui da qualche tempo si parla anche nel settore assicurativo. Eppure, ancora oggi, qualsiasi polizza sottoscritta è accompagnata da centinaia di pagine di carta. Informative che, oltre a essere di difficile decifrabilità (spesso anche per gli stessi addetti ai lavori) raramente vengono lette da chi ha sottoscritto una polizza. Ma allora perché è necessario produrre questa mole di documenti? Per essere compliant alle normative, certo, ma la domanda chiave è: tutto ciò aiuta il cliente a capire cosa effettivamente acquistando? Sulla base di questi spunti di riflessione lo **Sna** e **Confconsumatori** hanno organizzato un appuntamento online intitolato *L'informativa sui prodotti assicurativi e finanziari: quali tutele per una scelta consapevole del consumatore*. Un evento svoltosi ieri mattina che si inquadra nell'ambito dei seminari co-gestiti in temi di interessi comuni ai cittadini e agli agenti.



Claudio Demozzi, presidente di Sna

LA BUROCRATIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

Quanto sia sentito questo tema dalla clientela lo ha ricordato in apertura **Mara Colla**, presidente Confconsumatori: "noi utenti dei servizi assicurativi – ha detto – abbiamo bisogno di informazioni chiare e corrette". La non conoscenza di come funziona un prodotto è essa stessa un rischio.

È stato poi il presidente di Sna, **Claudio Demozzi**, a inquadrare i principali aspetti di quella tendenza alla burocratizzazione documentale che non accenna a diminuire. "Siamo di fronte – ha detto – al trionfo negativo di un enorme e cupo adeguamento agli adempimenti, mentre si trascurano gli effetti negativi che si ripercuotono sul sistema, che li ha fondati per essere servito, non per esserne dominato". Una burocrazia che vede un sistema immaginario dimenticandosi di quello reale, "in un esercizio autoreferenziale". L'Italia, ha ricordato Demozzi, è uno dei Paesi al mondo con la maggiore produzione di norme, circa 160mila (71mila a livello centrale), contro le 7mila della Francia. "I regolamenti **Ivass** a oggi sono 47 – ha aggiunto – ed è a causa di questi regolamenti che si creano dei mostri burocratici, come i set informativi che possono arrivare a raggiungere le 200 pagine. Credete che un cliente di media cultura possa leggerle tutte, comprenderle e sottoscriverle consapevolmente?". **Ivass**, ha detto Demozzi, "potrebbe essere parte attiva in questa opera di razionalizzazione, agendo in concerto con i soggetti vigilati, rimodellando l'intero impianto normativo per un'effettiva tutela degli assicurati".

Il tema è sensibile per tutta la categoria degli intermediari assicurativi, per questo nel corso dell'evento ha portato il saluto dei broker **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**. "Non si fa cultura consegnando carta al cliente, si fa cultura consegnando prodotti comprensibili e facendo una comunicazione trasparente con il cliente". (continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

L'ECESSO DI INFORMAZIONI DISORIENTA IL CLIENTE

L'avvocato **Antonio Pio Pinto** di Confconsumatori ha poi fatto il punto sulle caratteristiche di una tipologia di prodotto assicurativo di investimento molto complesso e che ha conosciuto un exploit negli ultimi anni: le polizze vita di ramo III. "Bisogna ricordare – ha sottolineato Pinto – che sebbene taluni di questi prodotti riportino nella propria denominazione la parola 'garantito', si tratta sempre di prodotti esposti in tutto o in parte alle fluttuazioni del mercato". L'avvocato ha quindi sottolineato quelli che ritiene siano i tre elementi indispensabili per la corretta vendita di questi prodotti: l'eticità delle condotte dell'intermediario, una maggiore promozione dell'educazione finanziaria degli utenti e una maggiore semplificazione normativa e burocratica, "indispensabile per la concorrenza e far capire al cliente cosa sta comprando davvero: il profluvio di carta e l'eccesso di informazioni, disorientano il cliente".

Ma cosa comprende davvero il cliente? Il tema, come è noto, è stato oggetto di un'indagine sull'alfabetizzazione assicurativa degli italiani di Ivass, Università di Milano-Bicocca e **Doxa**, a cui ha collaborato anche **Davide Pietroni**, professore dell'Università di Chieti e Pescara. Pietroni ha ricordato alcune evidenze emerse dalla ricerca, ad esempio il fatto che solo il 14% degli intervistati sa spiegare termini basilari come premio assicurativo, franchigia e massimale. Del resto solo il 28% degli intervistati ritiene che la cultura assicurativa degli italiani sia adeguata. Le principali motivazioni per cui non ci si è assicurati sono il costo (67,5%), la scarsa comprensibilità della polizza (50%) e una più generica sfiducia nelle assicurazioni (42,4%). "La sottoscrizione di un prodotto – ha osservato Pietroni – si fonda su principi di affidamento, l'elemento *fiducia* è fondamentale nel 93,3% delle risposte. Vanno potenziati quindi gli elementi fiduciari, a partire da una maggiore chiarezza su franchigie e scoperti, e una maggiore comprensibilità del linguaggio". Il professore ha quindi sottolineato l'importanza di pianificare a lungo termine, "il professionista intermediario – ha detto – deve essere colui che è in grado di far respirare futuro al cliente".

Del resto, il prodotto assicurativo "è per sua natura un prodotto complesso, quindi è difficile sia da comprendere, sia da comunicare, ma lo si può fare sintetizzandone gli aspetti di valore", ha evidenziato nell'intervento successivo il professor **Ludovico Marazzi** dell'Università Cattolica di Milano, che ha fatto un excursus storico del rapporto tra i cittadini e la protezione assicurativa.

LA SPONDA POLITICA

Questi temi sono poi stati dibattuti in un confronto tra mondo assicurativo, associazioni e mondo politico, in una tavola rotonda a cui hanno partecipato, con il già citato Demozzi, anche **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**, **Stefano Mannacio**, responsabile assicurazioni di **Assoutenti**, e i deputati **Maria Soave Alemanno** (M5S) e **Mario Morgoni** (Pd), questi ultimi entrambi provenienti dal mondo delle professioni assicurative.

L'on. Soave Alemanno, tra l'altro, ha presentato a fine 2020 una proposta di legge in tema di Rca che si propone di introdurre una sorta di pagella delle compagnie assicurative e di contrastare l'evasione assicurativa. "Il problema dell'alfabetizzazione assicurativa – ha detto la deputata – è una questione di grande rilievo di cui le istituzioni si sono occupate poco. Inoltre, l'eccesso di burocrazia rischia di ingessare la categoria, mentre dobbiamo mettere in condizione l'agente di offrire al meglio le proprie competenze al servizio del cliente".

L'on. Morgoni, che è anche agente assicurativo, ha sottolineato come "digitalizzazione e standardizzazione sono andati solo a vantaggio dei grandi gruppi assicurativi, comprimendo gli spazi di consulenza, senza generare vantaggi per i consumatori. La proliferazione burocratica – ha aggiunto – non smaschera le truffe o le illegalità, ma danneggia gli intermediari onesti, e soprattutto quelli più piccoli".

(continua a pag. 3)



Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania

 **INSURANCE CONNECT**
INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

ISCRIVITI SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

DA PAGINA 5
IL PROGRAMMA COMPLETO

(continua da pag. 2)

Stefano Mannacio di Assoutenti si è invece concentrato sui gap che ancora restano da colmare in Italia. "È preoccupante che in Italia si raccolgano solo 34 miliardi di assicurazione danni, contro i 94 della Francia. Per quanto ci sia una diffusa fiducia nell'intermediario, c'è una sfiducia recondita a livello storico nei confronti dell'assicurazione". Per questo Assoutenti ha avanzato una serie di proposte per provare a colmare questa distanza, a partire da una riforma dell'organismo di vigilanza, "pensiamo – ha detto Mannacio – che l'Ivass si debba emancipare da Bankitalia". Oltre a ciò, ha aggiunto, "bisogna liberare i tribunali, in cui giacciono ancora ben 215mila cause civili".



© yuraisalbert - Fotolia

Umberto Guidoni ha parlato della necessità di "cambiare la cultura". Non crediate, ha detto, che "noi siamo contenti di predisporre dei contratti complicati. Noi abbiamo tentato di semplificarli. Laddove abbiamo tentato di semplificare, spesso ci siamo trovati di fronte alla necessità di ricomplicarli non per scelta, ma per un obbligo regolamentare che grava sulle compagnie, così come sugli agenti". Le linee guida di Ania per la semplificazione dei contratti hanno in primis lavorato su un linguaggio, quello assicurativo, non sempre comprensibile. "Monitoriamo costantemente – ha aggiunto – l'adeguatezza dei nuovi prodotti a queste linee guida, e devo dire che la maggioranza le segue". Per quanto riguarda l'Rca, Guidoni riconosce il tema allarmante dell'alto numero di contenziosi, "noi siamo i primi a dire che andrebbe ridotto", ma ha ricordato che "su 2,5 milioni di denunce, circa il 25% dei sinistri sono a rischio frode". Infine, Guidoni si è detto pronto al dialogo su tutti questi temi con gli agenti. "È il caso di cogliere al volo la rinnovata disponibilità dell'Ania a confrontarci anche su questi temi", gli ha ribattuto Demozzi. "Le compagnie e gli agenti – ha commentato potrebbero fare fronte comune per chiedere alla politica e alla vigilanza di riformare completamente il carico burocratico che oggi appesantisce in maniera mortale i contratti assicurativi e le modalità di distribuzione. Cominciamo a mettere nero su bianco qualche proposta concreta e a smontare questa gabbia normativa che va a penalizzare gli onesti, perché i disonesti delle regole se ne infischiano".

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Allianz Direct, si paga (anche) con Apple e Google pay

La compagnia diretta del gruppo lancia in Italia, Germania e Olanda la possibilità di corrispondere il premio di polizza con i due nuovi metodi di pagamento



I clienti di **Allianz Direct**, la compagnia diretta del gruppo **Allianz**, che in Italia ha cambiato la sua storica denominazione (**Genialloyd**) l'8 ottobre del 2020, potranno utilizzare nuovi metodi di pagamento, come Apple Pay e Google Pay, "rendendo particolarmente semplice e veloce acquistare una nuova polizza online", come sottolinea una nota della compagnia. Le nuove opzioni saranno disponibili in Italia, Germania e Olanda.

"Con l'introduzione di Apple Pay e Google Pay – ha spiegato **Bart Schlatmann**, global ceo di Allianz Direct – stiamo rispondendo alle richieste dei nostri clienti. Vogliamo che tutto sia semplice e diretto. Che sia un preventivo di polizza, una comunicazione assicurativa o le ultime innovazioni, come l'introduzione di Apple Pay e Google Pay, vogliamo offrire ai nostri clienti soluzioni semplici e veloci. Con questo obiettivo, ogni giorno puntiamo a migliorare qualcosa nel nostro servizio".

I due metodi di pagamento di Apple e Google si stanno diffondendo sempre di più, grazie alla loro tecnologia che aumenta il grado di sicurezza e protezione dei dati personali degli utenti. Tra gli strumenti più innovativi c'è il riconoscimento facciale o l'autenticazione con impronta digitale.

F.A.

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

INSURANCE CONNECT TV

AICEO e la sfida del rilancio dell'Italia



Al nostro Paese serve mettere a fattore comune le migliori energie, idee innovative, proposte di cambiamento capaci di costruire nuovi valori a livello economico e sociale. **AICEO**, l'associazione italiana dei ceo, ha nel suo Dna proprio lo scambio di esperienze e la proposta di soluzioni per trasformare le aziende e l'economia.

L'intervista a **Paola Corna Pellegrini**, ceo di Allianz Partners e presidente di Aiceo.

**GUARDA LA VIDEO INTERVISTA
SU WWW.INSURANCECONNECT.TV**



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

OPENING SESSION: 9 GIUGNO 2021

L'INNOVAZIONE CHE COSTRUISCE IL FUTURO

L'emergenza provocata dalla pandemia ha accelerato un processo di innovazione iniziato da tempo nel settore assicurativo. Ma la situazione sanitaria, economica e sociale richiede all'assicurazione di individuare contenuti, modalità, tecnologie, competenze e capacità di comunicazione su cui rafforzare la propria funzione nel nostro paese. Per questo servono investimenti, partnership, un'offerta di servizi integrati ed evoluti, qualità nella selezione del rischio e nella gestione dei sinistri. La sfida della trasformazione dell'industria assicurativa si gioca dunque sempre più sulla capacità di delineare e favorire la creazione di uno scenario "post pandemia" in cui i cittadini, le famiglie e le aziende possano finalmente iniziare a ritrovare sicurezza, solidità e serenità.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

- | | | |
|---------------|---|--|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | SFIDE E OPPORTUNITÀ DELLO SCENARIO ECONOMICO
<i>Lucio Poma, responsabile scientifico dell'area industria e innovazione di Nomisma</i> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | OLTRE L'EMERGENZA: COME INDIRIZZARE E VALORIZZARE L'INNOVAZIONE NEL SETTORE ASSICURATIVO
<i>- Enea Dallaglio, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved</i>
<i>- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO ASSICURATIVO
<i>Intervista a Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e amministratore delegato di Blue Assistance</i> |
| 10.30 – 10.50 | ▶ | QUALE FISIONOMIA PER LA NUOVA ASSICURAZIONE?
<i>- Isabella Fumagalli, ceo di Bnp Paribas Cardif</i>
<i>- Davide Passero, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni</i> |
| 10.50 – 11.10 | ▶ | LA TECNOLOGIA CHE AIUTA IL CAMBIAMENTO
<i>Intervista a Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire</i> |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

MATTINO 11:30 - 13:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

GLI INTERMEDIARI E LA TRASFORMAZIONE DEL MODELLO DISTRIBUTIVO

Analisi di Innovation Team sulle opportunità tecnologiche, operative, commerciali e di marketing a disposizione di agenti e broker per affrontare la fase post pandemica all'insegna della centralità del cliente e della sostenibilità del business.

Modera Fabio Orsi, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved

11:30 - 11:50 – **Prima Assicurazioni verso la 1ª Convention degli intermediari: tutte le novità per la rete**

Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

11:50 - 12:10 – Presentazione dell'indagine di Innovation Team

12:10 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Carlo Coscelli, presidente del gruppo agenti Reale Mutua*

- *Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia*

- *Giancarlo Guidolin, presidente e amministratore delegato di Consulenze Assicurative e membro del Collegio dei Provvisori di Acb*

- *Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni*

12:50 - 13:00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA RAMO SALUTE

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

LA CENTRALITÀ DELLA SALUTE PER IL SISTEMA ITALIA

Il 2020 ha evidenziato il ruolo sociale dell'assicurazione per il welfare del nostro Paese. Le compagnie hanno risposto all'emergenza attraverso iniziative mirate, lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi, anche basati sulla tecnologia, facendo leva sui canali distributivi e sulla capacità di sensibilizzare i cittadini. Una risposta che apre prospettive nella relazione con il cliente e per la crescita del ramo salute.

Modera Nicola Ronchetti, ceo di Finer

14:00 - 15:20 – **Tavola rotonda**

Introduzione di Nicola Ronchetti

- *Giovanna Gigliotti, amministratore delegato di Unisalute*

- *Cesare Lai, amministratore delegato di Generali Welion*

- *Chiara Soldano, direttore salute di Axa Italia*

- *Marco Vecchiotti, amministratore delegato e direttore generale di Intesa Sanpaolo Rbm Salute*

15:20 - 15:30 – Q&A

SESSIONE TEMATICA FINANCIAL LINES

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

FINANCIAL LINES, POTENZIALITÀ DI SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI

I rischi per professionisti e Pmi, amplificati dalle emergenze in atto su vari fronti, richiedono risposte efficaci in termini di qualità delle coperture, personalizzazione dell'offerta, velocità di sottoscrizione del rischio e di gestione del sinistro. Quali strategie, prodotti, tecnologie e politiche commerciali possono favorire l'attività di vendita degli intermediari?

Moderata Cinzia Altomare

15:30 - 16:50 – Tavola rotonda

- Tommaso Cecon, responsabile danni imprese di Generali Italia
- Donato Lucchetta, presidente gruppo agenti Cattolica
- Nicola Picaro, comitato dei presidenti di Aua
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessioni tematiche



INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU
WWW.INSURANCECONNECT.TV

OPENING SESSION: 10 GIUGNO 2021

VERSO L'ASSICURAZIONE DATA DRIVEN

Disporre di grandi quantità di informazioni non è sufficiente. Se la pandemia ha dimostrato quanto siano fondamentali la tecnologia e l'utilizzo delle informazioni nell'era digitale, per le compagnie la sfida è ora integrare, analizzare, connettere i dati costruendo nuovi strumenti per conoscere, decidere, prevedere. E trovare così nuove strade per competere nella nuova normalità.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

- | | | |
|---------------|---|---|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | DATA & DIGITAL PER IL NEXT LEVEL DEL BUSINESS ASSICURATIVO
<i>Giuseppe Dosi, head of insurance market di Crif</i> |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | GLI STRUMENTI PER CONOSCERE, DECIDERE, PREVEDERE
- <i>Giuseppe D'Elia, digital and direct channels management di Zurich Italia</i>
- <i>Francesco Mastrandrea, cio di Groupama Assicurazioni</i>
- <i>Fabio Rizzotto, associate VP, head of research and consulting, IDC Italia</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | DIGITAL HEALTH: TRASFORMAZIONE DELLE COMPAGNIE DALLE ASSICURAZIONI AI SERVIZI
<i>Maximiliano Barberi, insurance market leader di Gft</i> |
| 10.30 – 11.10 | ▶ | Tavola Rotonda – RC AUTO, DAI DATI AI NUOVI MODELLI DI BUSINESS
- <i>Marco Baldoli, chief auto officer di Europ Assistance</i>
- <i>Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai</i>
- <i>Anna Maria Ricco, chief transformation officer di Axa Italia</i> |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | COFFEE BREAK |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SESSIONE TEMATICA INSURTECH

MATTINO 11:30 - 13:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

■ L'INSURTECH E LA RIVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA

L'innovazione digitale ha introdotto una pluralità di fronti su cui il settore assicurativo dovrà ripensare la propria value chain ricercando proposte innovative attraverso politiche tese all'open insurance, alla collaborazione con start up e a interventi in ambiti strategici (relazione con il cliente, distribuzione, salute, mobilità, property e altro...) per l'evoluzione dell'assicurazione nel nostro Paese.

11:30 - 11:50 – **Innovazione, insurtech e soluzioni digitali di Rga in Italia**

Adriano De Matteis, managing director di Rga

11:50 - 12:50 – **UN PLAYGROUND PER L'OPEN INSURANCE**

11:50 - 12:05 – **L'Italy Working Group di Opin e il Playground**

Francesco Zaini, partner di G2 Startups

12:05 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Leonardo Aloï, ceo di CupSolidale*

- *Giorgio Campagnano, ceo di MioAssicuratore*

- *Fabio Cerino, ceo di Befreest*

- *Paolo Tanfoglio, ceo di Lokky*

12:50 - 13:00 – Q&A

SESSIONE TEMATICA RIPRISTINO DANNI

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

■ COSÌ CAMBIANO I SERVIZI PERITALI E DI RIPRISTINO DEL DANNO

Tecnologia, specializzazione, servizio al cliente. Sono questi i pilastri su cui rinnovare la capacità di prevenzione, la gestione del rischio e delle emergenze. L'obiettivo per periti, intermediari e compagnie è far evolvere la qualità del rapporto con la clientela nel momento del sinistro.

14:00 - 14:20 – **Verso un risanamento sostenibile e sicuro**

Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per

14:20 - 15:20 – **Tavola rotonda**

Modera Massimiliano Maggioni, professional affiliate presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e docente Cineas

- *Daniele Barini, presidente di Anpre*

- *Luca Nava, head of claims di Allianz Global Corporate and Specialty*

- *Marco Valle, vice presidente di Aipai*

15:20 - 15:30 – Q&A

SESSIONE TEMATICA SINISTRI AUTO

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

WWW.INSURANCECONNECT.TV

GESTIONE SINISTRI AUTO, L'INNOVAZIONE NELLA CUSTOMER EXPERIENCE

La centralità del cliente si esprime in particolare attraverso la valorizzazione dei dati, l'agilità dei processi di gestione e liquidazione dei sinistri, nell'assistenza prestata al momento del bisogno, in tecnologie e strumenti capaci di supportare l'esperienza del cliente rafforzando la qualità del servizio.

15:30 - 15:50 – **Text mining & machine learning: strumenti di una data-driven company per valorizzare dati e informazioni dei sinistri**

Nicola Biscaglia, principal di Milliman – Practice leader P&C in Italia&CEE

15:50 - 16:50 – **Tavola rotonda**

Moderatore Fabrizio Andreose, client partner finance and insurance di Kantar

- *Luigi Baccaro, head of claims di Sara Assicurazioni*

- *Francesco Montesano, responsabile claims excellence, direzione sinistri di Cattolica Assicurazioni*

- *Maurizio Rainò, claims & customer operations director di Axa Italia*

- *Roberto Tremontozzi, responsabile gestione sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni*

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



GFT

Main sponsor sessioni tematiche

