

PRIMO PIANO

Nzia, via anche Swiss Re

La Net zero insurance alliance (Nzia) va in pezzi. Anche Swiss Re abbandona la principale alleanza mondiale tra assicuratori sul clima, seguendo così l'esempio di Zurich e delle tedesche Munich Re e Hannover Re. Swiss Re, tuttavia, rimane parte della Net zero asset owner alliance, l'altra sottounità della Glasgow financial alliance for net zero (Gfanz), costituita nel 2021.

Il secondo più importante riassicuratore al mondo ha spiegato che la sua uscita non riflette un minore impegno nei confronti delle politiche climatiche e che la sua strategia di sostenibilità "rimane invariata", come riporta Bloomberg.

La Nzia, con la partenza di Swiss Re, conta ancora 27 membri, tra cui Allianz, Aviva, Axa, Generali, Intesa Sanpaolo, che insieme rappresentano circa il 15% dei premi globali.

Le compagnie che hanno già lasciato Nzia hanno detto di averlo fatto perché più convincente dell'efficacia di perseguire individualmente gli obiettivi climatici rispetto a un approccio collettivo. L'alleanza aveva risposto il mese scorso parlando di nuovi provvedimenti per "far avanzare l'agenda assicurativa net zero a livello globale e per fornire ai suoi membri un quadro da utilizzare per prendere decisioni indipendenti per stabilire i propri percorsi net zero individualmente".

Fabrizio Aurilia

MERCATO

Noleggio di lungo termine, un mercato per le assicurazioni

La crescita del settore può offrire varie opportunità di rilancio per il business auto delle compagnie: l'aumento della domanda, unito a dinamiche di fidelizzazione degli assicurati e attrazione di nuovi clienti, può rappresentare una linea di offerta funzionale alla sostenibilità dell'attività

Il business auto torna a essere un rompicapo per le assicurazioni. Nel quarto trimestre del 2022 i premi medi effettivamente pagati hanno ripreso a crescere, trainati dal premio medio della nuova produzione, come evidenziato dalle analisi di **Innovation Team**, che vedono da metà 2022 i premi medi di listino del mercato in incremento dopo un lungo periodo caratterizzato da premi in riduzione. Tuttavia, la raccolta dell'Rc auto nel 2022 è stata inferiore all'anno precedente (-1% secondo l'**Ania**) con una marginalità complessiva negativa: si stima un combined ratio di mercato di 102,1 punti, nonostante l'ipotesi di ulteriore smontamento di riserve. I motivi principali risiedono nella ripresa della frequenza sinistri (+3,9% rispetto al 2021) e nell'aumento del costo delle riparazioni e delle lesioni. L'effetto dell'inflazione sui costi di materiali e manodopera nel 2022 è stato pari a circa cinque punti percentuali secondo le stime di **Mbs Consulting**. A questo quadro si aggiunge la contrazione dei volumi dell'immatricolato: nel 2022 sono stati immatricolati 1,4 milioni di veicoli, in calo del 9,7% rispetto al 2021. La contrazione arriva a circa 500mila vetture in meno rispetto ai volumi delle immatricolazioni nel 2019 (1,9 milioni di veicoli). Risulta invece in forte crescita il segmento del noleggio di lungo termine (Nlt): il volume delle immatricolazioni è stato pari a 365mila veicoli, in crescita di oltre il 20% rispetto al 2021, e superiore rispetto ai volumi assoluti registrati nel 2019. In termini di incidenza, questo significa che, secondo le proiezioni di mercato, a partire dal 2024 ogni quattro veicoli nuovi immatricolati, uno sarà con la formula del noleggio.

LA CRESCITA DEL MERCATO

Il contesto geopolitico internazionale continuerà a pesare come fattore di rischio: nel corso del 2021 e 2022, abbiamo assistito a un allungamento sensibile dei tempi di consegna, per le carenze di approvvigionamento, le difficoltà di produzione e una sofferenza della filiera logistica. Tuttavia, anche sottoposto a stress significativi tra i quali Covid-19, inflazione e tensioni sulle supply chain, il comparto Nlt in questi anni ha mostrato solidità: oltre a beneficiare di contratti di medio periodo che assorbono eventuali shock di breve termine, bisogna considerare anche la capacità dei noleggiatori di proporre nuove linee di offerta, tra cui il *second life* e il servizio di preassegnazione che hanno contribuito in modo importante alla tenuta dei volumi di vendita e dei tempi di consegna.

Infine, il Nlt sta contribuendo allo spostamento del mix di immatricolazioni verso veicoli green, come le vetture elettriche e ibride. In generale, appare sempre più chiaro come il noleggio permetta a una ampia fascia di clienti di accedere con costi ridotti a questi veicoli, sostenendo la crescita della domanda grazie alla flessibilità rispetto al tradizionale acquisto del veicolo. (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1) Domanda che nei prossimi anni beneficerà ulteriormente della rapida evoluzione tecnologica che impatterà verosimilmente sulle performance dei veicoli elettrici, in termini ad esempio di durata complessiva, di autonomia, di esperienza di guida. Si assisterà potenzialmente a un ciclo di obsolescenza dei veicoli più rapido, un ulteriore elemento a sostegno della forma del noleggio rispetto all'acquisto.

LE FLOTTE NELLE ASSICURAZIONI

Per le assicurazioni il business delle flotte è da sempre poco profittevole, specialmente nel caso di grandi contratti. Le esperienze progettuali di Mbs Consulting indicano che, sul solo dato di frequenza sinistri, si osserva in alcuni segmenti di clienti ad alta percorrenza un valore medio pari anche al doppio rispetto al comparto retail. La differenza di marginalità sulla componente Rc auto tra una grande flotta (nell'ordine di mille veicoli e oltre) e una piccola flotta (qualche decina di veicoli) può essere superiore anche a 20 punti di combined ratio. Il maggiore costo unitario dei veicoli a noleggio, e la maggior dotazione di servizi tecnologici, incide ulteriormente sui costi delle riparazioni.

Un'altra caratteristica di questo business è poi la forte presenza di broker, che intermediano la relazione con i grandi noleggiatori, gestendo volumi significativi con meccanismi di gare ricorrenti che concorrono al contenimento della marginalità di questo business per le compagnie.

LE OPPORTUNITÀ PER LE COMPAGNIE

Per le compagnie, l'opportunità è rappresentata dalla vendita di servizi NIt, integrati con coperture assicurative e servizi propri, attraverso le reti agenziali. Una evoluzione rispetto al tradizionale ruolo di assicuratore di flotte, che richiede di indirizzare diverse scelte strategiche, tra le quali l'offerta, la distribuzione in agenzia e il modello di supporto dalla sede, studiando anche possibili partnership con noleggiatori. In fondo a questo percorso di trasformazione, ci sono alcuni vantaggi potenzialmente strategici per le compagnie. Un primo elemento di valore è la progressiva diffusione del NIt a segmenti di clientela sempre più ampi e diversificati, più vicini ai clienti tradizionalmente gestiti dagli agenti assicurativi. In passato, le vetture a noleggio erano una prerogativa quasi esclusiva di grandi aziende e pubblica amministrazione. Oggi stiamo assistendo a un graduale incremento della penetrazione di questa offerta nel segmento delle medie e piccole imprese, dei professionisti e anche in quello delle famiglie. Il potenziale per il mercato italiano è significativo: Mbs Consulting stima l'attuale penetrazione delle soluzioni NIt nel 55% delle immatricolazioni nel segmento Pmi (imprese fino a 250 addetti), mentre per professionisti e retail il dato è pari al 10%. A titolo di confronto, nelle grandi aziende (oltre 250 addetti) le auto aziendali immatricolate con soluzioni NIt sono pari al 75% del totale. I driver che potranno pertanto sostenere la crescita della domanda di NIt nei segmenti Pmi e professionisti sono robusti: benefici fiscali, comodità di un servizio tutto incluso che comprende assicurazione, riparazioni e manutenzione periodica, accesso a soluzioni di mobilità green a condizioni vantaggiose. Su questi segmenti, la forza della relazione con i clienti attraverso le reti agenziali e la loro capillarità sul territorio costituiscono un elemento di valore distintivo per le compagnie.

FIDELIZZAZIONE E ATTRATTIVITÀ DEL CLIENTE

In secondo luogo, la durata pluriennale dei contratti di noleggio, tre/quattro anni a seconda delle soluzioni, offre una possibilità di fidelizzazione maggiore dei clienti rispetto al solo contratto assicurativo, di durata annuale, e contribuisce al contenimento del rischio di migrazione del portafoglio auto indotta dallo sviluppo del NIt. Un terzo punto fondamentale è l'attrattività del servizio NIt verso i nuovi clienti. Grazie alla domanda crescente, il NIt rappresenta una leva commerciale per allargare la propria base clienti attraendo imprese, professionisti e famiglie, il cui potenziale assicurativo potrà essere sviluppato dalla compagnia nel tempo. Non da ultimo, il NIt è una leva per fidelizzare e migliorare il servizio offerto alla propria rete agenziale, offrendo una soluzione che può sostenere in modo significativo la redditività della agenzia. Tra gli intermediari, l'offerta NIt è sempre più ricercata, spesso anche attraverso accordi indipendenti con distributori e noleggiatori. Per una compagnia, pertanto, una linea di offerta NIt per la propria rete rappresenta un modo per supportare commercialmente gli intermediari, offrire opportunità di diversificazione dei percorsi di carriera della sottorete, differenziandosi rispetto ai mandati di agenzia concorrenti nelle reti a forte incidenza del plurimandato.

Grazie a queste caratteristiche, il NIt può dunque rappresentare una linea di offerta funzionale alla sostenibilità del business assicurativo, non solo per l'auto ma anche per altre linee di offerta di coperture e servizi, come la salute e il welfare, che hanno in comune con il noleggio i medesimi target di clientela tra cui aziende, Pmi e professionisti.



Giovanni Meroni, partner Mbs Consulting
Vito Pagliaccio, partner Mbs Consulting
Claudio Fortunati, senior manager Mbs Consulting

RICERCHE

Il risparmio e la consapevolezza degli italiani

Le famiglie italiane vedono ridursi dell'1,6% (20 miliardi) la loro riserva di risparmio liquido nel 2022 rispetto all'anno precedente. A rivelarlo è il nuovo rapporto del Censis, che denuncia quanto il basso grado di conoscenza dei fondamentali di finanza, come l'effetto dell'inflazione sul potere di acquisto, esponga i risparmiatori ai rischi della turbolenza dei mercati

In tempi difficili per l'economia, mentre galoppa l'inflazione e i risparmi si riducono, gli italiani hanno ancora un livello basso di educazione finanziaria su molte tematiche basilari. Questo è quanto emerge dal quarto rapporto **Censis-Asso-gestioni** intitolato *I risparmiatori oltre la crisi* in cui si analizza lo stato in cui versano le casse degli italiani e quale sia il loro grado di conoscenza finanziaria. In primis, lo studio evidenzia come stia scendendo la quantità di denaro liquido detenuto dai risparmiatori, molto diffuso tra le famiglie italiane, che vedono ridursi dell'1,6% (20 miliardi di euro) la loro riserva cash nel 2022 rispetto all'anno precedente. Questa diminuzione è principalmente attribuita all'effetto dell'inflazione, che ha ridotto l'attrattiva del contante. Negli ultimi dieci anni, tuttavia, il denaro liquido era aumentato complessivamente di quasi 470 miliardi di euro.

Diseducazione finanziaria

In questo scenario complesso le difficoltà di ricollocare le risorse vengono acuite da un basso grado di conoscenza dei fondamenti della finanza, che espongono maggiormente i risparmiatori ai rischi del turbolento scenario economico odierno. A mancare sono proprio gli strumenti base: per esempio, il 40,9% dei risparmiatori non comprende l'effetto dell'inflazione sul potere di acquisto, il 47,8% non conosce le ripercussioni dei tassi di interesse sui prestiti bancari e il 41,6% non sa distinguere tra azioni e obbligazioni. A pesare è anche il divario tra percezione della propria dimestichezza con gli argomenti finanziari e l'effettiva conoscenza. Ad esempio, tra coloro che dichiarano di conoscere l'inflazione, il 40% non sa che riduce il potere d'acquisto dei redditi. Lo studio evidenzia anche che molti risparmiatori sovrastimano le proprie conoscenze finanziarie, e ciò li espone al rischio di fare scelte errate. Il 40,2% di coloro che si ritiene ad un buon livello ha riportato perdite sugli investimenti, contro solo il 29,8% di coloro che non pensano di avere adeguate nozioni.



Il risparmio non è fortuna

Un dato interessante è che il 37,4% dei risparmiatori pensa che gli investimenti remunerativi dipendano solo dalla fortuna. Questo atteggiamento irrazionale verso il risparmio e gli investimenti è trasversale: è diffuso infatti sia tra coloro con un basso titolo di studio (43,9%) che tra diplomati (39,2%) e laureati (32,5%). Inoltre, il rapporto rivela che solo il 7,1% dei consulenti finanziari si trova spesso ad affrontare clienti con un'educazione finanziaria elevata. Complessivamente, il rapporto sottolinea l'urgenza di migliorare il livello di conoscenza finanziaria dei risparmiatori italiani e di promuovere una maggiore consapevolezza delle dinamiche finanziarie. Ciò porterebbe ad aumentare la consapevolezza e a gestire meglio i propri investimenti.

Niccolò Pescali

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 23 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 - 17:00

Palazzo delle Stelline | Corso Magenta 61, Milano



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
- Mediolanum (*) |
| 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



(*) invitato a partecipare

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 affluent 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 - 17:00

6 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV



(*) invitato a partecipare

SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

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

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 - 17.00 – TAVOLA ROTONDA

Modera: 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 Olivieri, presidente del Gruppo Agenti Zurich

ISCRIVITI CLICCANDO QUI
SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



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



(*) invitato a partecipare

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

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*

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2023

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

7 GIUGNO 2023

WWW.INSURANCECONNECT.TV



(*) invitato a partecipare

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

Moderatore: 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

