

PRIMO PIANO

AmTrust si lancia nel cyber risk

AmTrust Assicurazioni apre una nuova business unit dedicata al cyber risk. La compagnia, specializzata nei mercati della responsabilità civile professionale e della medical malpractice, offrirà soluzioni assicurative contro i rischi informatici che minacciano imprese, professionisti e organizzazioni pubbliche.

La nuova business unit ha sede a Milano e sarà composta, spiega la compagnia, da un team multidisciplinare di esperti in cybersecurity, risk management e underwriting assicurativo, e guidata da Chiara Gatti, nominata head of cyber and property business development. Gatti ha una lunga esperienza nel campo: è stata responsabile cyber risk nel gruppo Unipol. La nuova entità si inserisce nell'area dedicata alle specialties della compagnia, diretta da Salvatore Punzo, deputy general manager e head of specialties. "Lavoreremo al fianco dei nostri clienti non solo per trasferire il rischio ma anche per aiutarli a comprenderlo, prevenirlo e gestirlo in modo efficace", ha commentato Punzo, precisando che AmTrust pro porrà un modello di "cyber insurance evoluto" che integra la tradizionale protezione con un pacchetto di servizi: "un ecosistema virtuoso, pensato per proteggere attivamente le imprese", fanno sapere dalla compagnia.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Bancassicurazione, Italiana insieme a Banco Desio

Dettagli, soluzioni e obiettivi della partnership che è stata annunciata lo scorso 17 aprile in questa intervista a Luca Colombano e Alessandro Decio: la definizione dell'offerta, la garanzia della qualità del servizio, il rapporto con gli intermediari e le prospettive più a lungo termine dell'accordo

La recente definizione di un accordo strategico di bancassicurazione con **Italiana Assicurazioni** vuole essere per **Banco Desio** un modo per esprimere innanzitutto l'attenzione e la vicinanza dell'istituto nei confronti della sua clientela. "Siamo convinti che lo sportello bancario possa essere un interlocutore ideale anche per offrire consulenza in ambito assicurativo", afferma **Alessandro Decio**, amministratore delegato di Banco Desio. Tutto sta nel riuscire a trovare il partner giusto. "Abbiamo la responsabilità di mettere a disposizione dei nostri clienti i prodotti migliori sul mercato: per questo – prosegue – abbiamo ritenuto che fosse nostro dovere individuare la compagnia assicurativa che meglio potesse aiutarci a raggiungere questo obiettivo". La scelta è ricaduta su Italiana Assicurazioni.

Alla guida dal 2020 di un istituto che può contare su una rete di 280 sportelli e una platea di 500mila clienti, impieghi per 14 miliardi di euro e un bilancio chiuso nel 2024 con un utile netto di circa 125 milioni di euro, la più piccola fra le grandi banche, Decio rimarca a più riprese i valori della vicinanza e della prossimità che caratterizzano l'attività di Banco Desio. Tutti valori che anche Italiana Assicurazioni, secondo il direttore generale **Luca Colombano**, può dire di condividere. "Siamo espressione di **Reale Group**, una mutua assicurativa a proprietà totalmente italiana, e vediamo nella relazione con i clienti, che da noi sono anche soci, un aspetto da preservare e privilegiare rispetto ai benefici di breve termine", afferma Colombano. "Banco Desio ci ha chiesto garanzie sui livelli di servizio e noi – aggiunge – ci siamo subito mobilitati con l'attivazione del nostro front office retail, una struttura che ci consente di rispondere alle esigenze dei partner nel giro di poche ore, e con la predisposizione di un piano per la realizzazione di una nuova piattaforma tecnologica".

IN GARA PER LA PARTNERSHIP

La partnership è stata annunciata lo scorso 17 aprile, al termine di un lungo processo di selezione che ha visto la partecipazione di numerose compagnie assicurative. "È stato per noi motivo di grande orgoglio vedere così tante proposte da società di primo rilievo, anche multinazionali", afferma Decio. "Abbiamo costruito una matrice di valutazione piuttosto sofisticata – prosegue – in cui abbiamo dato molto rilievo alla qualità del prodotto, delle condizioni e della clientela". Alla fine, come detto, l'ha spuntata Italiana Assicurazioni, che potrà così proseguire una collaborazione avviata con Banco Desio alla fine del 2023 con la distribuzione di alcune prime soluzioni di risparmio e investimento. "Abbiamo avuto risultati molto soddisfacenti, dando inizio a un confronto che ci ha consentito di dimostrare tutta la nostra affidabilità e capacità di risposta", ricorda Colombano.

(continua a pag. 2)



© Insurance Connect

Nella foto (da sinistra): Luca Colombano e Alessandro Decio

(continua da pag. 1)

"Penso che l'esperienza, unita anche all'impegno economico che abbiamo messo sul piatto, sia stata decisiva – aggiunge – nel metterci nelle condizioni di aggiudicarci la gara. Festeggiamo oggi un importante accordo tra due realtà storiche, ultracentenarie, che hanno nel Dna valori importanti, che hanno consentito di crescere: coraggio, innovazione, resilienza".

La partnership avrà una durata decennale e si affiancherà, almeno in un primo momento, a quella che Banco Desio ha tuttora in corso con il **Gruppo Helvetia Italia**.

RISPARMIO E INVESTIMENTO, POI CHISSÀ

L'accordo di bancassicurazione sarà focalizzato sui prodotti assicurativi di investimento, dunque Ibps, polizze di ramo I, III e V che potranno essere distribuite anche in una configurazione multiramo. Target finanziari ben definiti non stati diffusi, ma l'obiettivo di tutti è quello di spingere la crescita nei settori del private banking e del wealth management. "Penso che ci siano notevoli margini di sviluppo in questi due ambiti di business, magari anche attraverso prodotti dedicati al nostro target di clientela", osserva Decio. Le gestioni separate resteranno un elemento fondamentale dell'offerta, ma l'auspicio di tutti è quello di raggiungere un equilibrio di portafoglio soddisfacente con la sottoscrizione di soluzioni unit-linked.

Poi, chissà, magari in futuro la collaborazione potrà essere estesa anche ad altri ambiti di business. "Abbiamo un'offerta già oggi completa nel settore della protection, ma stiamo comunque lavorando all'analisi del nostro catalogo di soluzioni per verificare se ci possano essere spazi per allargare ulteriormente la partnership", dice Colombano. È in quest'ottica che va per esempio letta la decisione di Italiana Assicurazioni di regalare la tessera QuraKare di **Blue Health Center**, struttura parte di **Blue Assistance**, a tutti i correntisti di Banco Desio. "Per noi è un modo per far conoscere a questa nuova fetta di clientela – prosegue Colombano – tutta l'ampiezza dell'offerta di Italiana Assicurazioni e, più in generale, di Reale Group".

VANTAGGI ANCHE PER GLI INTERMEDIARI

La partnership si inserisce pienamente nella strategia distributiva di Italiana Assicurazioni, in cui simili accordi si accompagnano alla tradizionale attività degli intermediari. "Penso che sia la compagnia che ha dimostrato la maggior propensione a sfruttare diversi canali di distribuzione", afferma Colombano. "Il nostro gruppo agenti – prosegue il manager – è stato costantemente informato sulla nostra strategia e l'annuncio dell'accordo non ha suscitato alcun tipo di reazione nella nostra rete distributiva". Anzi, secondo Colombano, anche gli agenti potranno trarre vantaggio dall'intesa con Banco Desio.

Innanzitutto perché, spiega, "la possibilità di disporre di gestioni separate più grandi, unita a una prospettiva di lungo termine che ci consente di assorbire la volatilità dei mercati e la fluttuazione dei tassi di interesse, offre maggiori garanzie a tutti gli assicurati". E poi perché, aggiunge, "Banco Desio è un marchio riconosciuto dal mercato: distribuire gli stessi prodotti offerti allo sportello di un simile istituto costituisce un valore anche per i nostri intermediari".

OBIETTIVI A PIÙ LUNGO TERMINE

Le prospettive della partnership non si fermano tuttavia al comunque lungo orizzonte temporale dell'accordo che è stato sottoscritto. Per Italiana Assicurazioni, illustra Colombano, "l'alleanza con Banco Desio ci consente di entrare in un mercato, quello delle banche di piccole e medie dimensioni, in cui non eravamo presenti e in cui penso che ci siano ancora notevoli margini di sviluppo per la nostra compagnia".

Nel focalizzarsi sugli obiettivi a più lungo termine, Decio torna invece ai valori di fondo dell'istituto di credito. "Il nostro piano industriale si è dato l'obiettivo di diventare la miglior banca di prossimità in Italia", afferma Decio. "Una partnership di questo genere, oltre a generare ricavi provvigionali che sono fondamentali per il nostro modello di business, è utile per rimarcare – prosegue – la nostra identità di banca vicina alle esigenze e ai bisogni della nostra clientela". Molto dipenderà appunto dalla capacità di definire un'offerta che possa soddisfare le necessità di fasce della popolazione che mostrano peculiarità e abitudini diverse. Poi, seppur non fondamentale, c'è anche il tema delle dimensioni. "È un aspetto che non trascuriamo e in futuro, se ci saranno opportunità, non escludo – conclude – che potremmo procedere a nuove acquisizioni".

Maria Rosa Alaggio
Giacomo Corvi



© Nattanan Kanchanaprat - pixabay

Eventi climatici, i tre punti di Zurich

Mettere insieme dati e competenze, favorire l'accessibilità delle assicurazioni e istituire partnership fra pubblico e privato: questi, in estrema sintesi, i consigli che il gruppo ha voluto offrire in un recente rapporto a governi e legislatori per incrementare la resilienza climatica e garantire la sicurezza di cittadini e imprese in tutto il mondo

Il conto economico degli eventi climatici estremi si fa sempre più salato. Si stima che fenomeni come incendi, alluvioni, uragani e tornado abbiano generato dal 2014 al 2023 perdite economiche per circa 2mila miliardi di dollari in tutto il mondo. E in futuro le cose non potranno far altro peggiorare, sulla scia di un cambiamento climatico che già oggi si è tradotto nell'aumento delle temperature medie a livello globale, nell'innalzamento del livello del mare e nella sostanziale modifica dei tradizionali modelli di precipitazioni. Tutto ciò finirà per ripercuotersi inevitabilmente anche sulla tenuta degli ecosistemi naturali, sulla produttività agricola e sulla salute umana, generando nuovi e ulteriori danni ambientali ed economici.



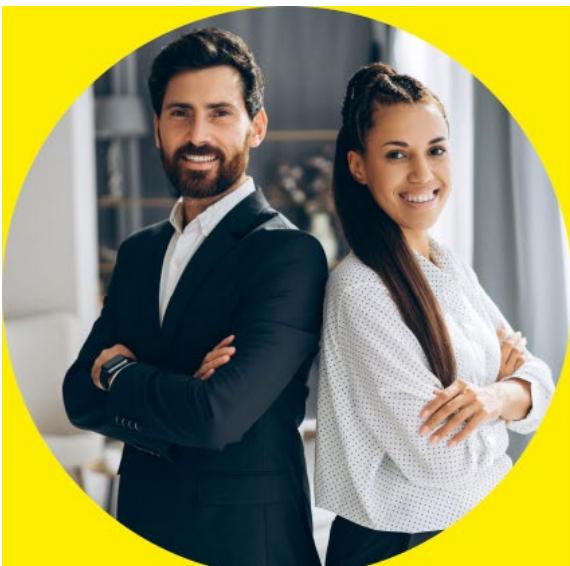
In questo contesto, come illustra un recente rapporto di **Zurich**, le assicurazioni potrebbero fare moltissimo. E qualcosa, almeno a giudicare dai numeri, riescono effettivamente a farlo già oggi: nel 2023, per esempio, il mercato assicurativo a livello globale ha liquidato una cifra complessiva di 108 miliardi di dollari in indennizzi per sinistri legati a catastrofi naturali. È già qualcosa, ma non è sicuramente sufficiente per poter garantire la salvaguardia di un tessuto economico e sociale minacciato da ogni parte dall'impatto degli eventi climatici estremi. Nel già citato caso del 2023, soltanto il 38% delle perdite globali è risultato coperto da una qualche forma di assicurazione: tutto il resto, ben 174 miliardi di dollari, non era soggetto a nessun tipo di copertura.

Le ragioni del protection gap

Sono tante le ragioni che possono spiegare le dimensioni di un simile gap di copertura. Zurich, nella sua analisi, cita innanzitutto la tendenza di cittadini e imprese a sottovalutare le possibili perdite e le probabilità di una catastrofe naturale, cosa che non incentiverebbe la domanda di coperture assicurative.

C'è poi un'altra ragione, di natura questa volta più finanziaria, legata all'accessibilità economica di simili soluzioni per la gestione e il trasferimento del rischio.

(continua a pag. 4)



**Tutela Legale Impresa.
A protezione di ogni tipo di attività imprenditoriale.**

www.arag.it



(continua da pag. 3)

La ricerca, a tal proposito, evidenzia che "negli ultimi trent'anni il costo complessivo delle perdite assicurative generate da catastrofi naturali è cresciuto a un ritmo superiore a quello dell'economia mondiale". Tutto ciò finirebbe per inescare un circolo vizioso in cui i premi assicurativi aumentano per effetto della maggior esposizione al rischio, la domanda di mercato cala per la crescita dei costi e il meccanismo di mutualità alla base del mercato assicurativo finisce sotto pressione per la mancanza di una massa critica di clienti. Il risultato è che, senza adeguati interventi per la gestione e la mitigazione del rischio, sarà difficile poter sperare di ridurre l'attuale gap di protezione.

L'importanza dell'esperienza

"Per proteggere la società e l'economia dalle crescenti minacce poste dagli eventi climatici estremi e dalle catastrofi naturali, governi e organi legislativi devono dare la priorità alla resilienza climatica", si legge nella ricerca. In pratica, servirà un'adeguata gestione del rischio per poter consentire alle assicurazioni di dare il loro contributo alla riduzione del protection gap.

Per raggiungere un simile obiettivo, la strategia di Zurich è fatta di tre punti. Il primo è chiaramente quello di investire maggiormente in strumenti per la resilienza climatica. Tuttavia, specifica il rapporto, "stabilire dove e come investire nella prevenzione e nella riduzione del rischio richiede competenze specifiche, così come la collaborazione di professionisti specializzati in vari ambiti di attività". In questo scenario, Zurich consiglia di definire piani di azione nazionali, mettere insieme dati e competenze per prendere decisioni che siano frutto della conoscenza del fenomeno, sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie. Tutte cose che, a ben guardare, le assicurazioni fanno da sempre. "Adottare l'esperienza e l'approccio lungimirante nella gestione del rischio dell'industria assicurativa potrebbe aiutare imprese e comunità a essere più resilienti di fronte ai rischi climatici del futuro", si legge nel rapporto.

Gli incentivi per il mercato

C'è poi il già citato tema dell'aumento dei premi assicurativi a causa dell'accresciuta esposizione al rischio. Il documento afferma senza mezzi termini che "i proprietari di immobili e i titolari di azienda finiranno per essere sottoassicurati o addirittura del tutto privi di una qualsiasi forma di assicurazione". Ecco perché, ribadiscono i curatori della ricerca, "investire in prevenzione e mitigazione del rischio è un primo passo fondamentale per superare una simile sfida, visto che la resilienza è la migliore assicurazione disponibile".



© Ro Ma - pixabay

Anche in questo caso, tuttavia, i governi devono fare la loro parte per garantire l'accessibilità degli strumenti messi a disposizione delle assicurazioni. Intanto, incrementare la percezione del rischio nella popolazione e introdurre incentivi per la sottoscrizione di coperture. Quindi, ma non seconariamente, definire un contesto regolamentare che possa sostenere la capacità del mercato, attrarre nuove operatori e stimolare l'innovazione e la concorrenza del settore. Il rapporto invita tuttavia a mantenere un impianto normativo e regolamentare flessibile che garantisca l'adattamento di premi e prodotti all'evoluzione del rischio. "Tariffe e premi regolamentati possono mettere in ombra i costi effettivi associati ai rischi di sottoscrizione, spingendo potenzialmente la ricerca di business in aree pericolose e scoraggiando gli investimenti necessari per la resilienza".

L'unione fra pubblico e privato

Infine, terzo punto della ricetta di Zurich, istituire sistemi per la condivisione del rischio e partnership fra pubblico e privato. La riflessione della società in questo ambito parte dalla constatazione che, "dati gli attuali vincoli alla finanza pubblica, i costi potrebbe essere troppo alti da sostenere per molti governi". In questo contesto, forme di finanza mista che prevedano anche la partecipazione di enti e operatori privati, per esempio, possono contribuire a incrementare gli investimenti in prevenzione e mitigazione del rischio. "Il settore assicurativo può contribuire a sbloccare questi investimenti riducendo il rischio dei flussi di capitale", illustra il rapporto.

Stessa logica anche per le tanto auspicate forme di partenariato fra pubblico e privato. La creazione di pool di assicurazione o riassicurazione, per esempio, potrebbe consentire di condividere le capacità del mercato e di distribuire il rischio, cosa che potrebbe anche favorire l'accessibilità delle coperture assicurative nelle aree più esposte alla minaccia degli eventi climatici estremi.

Giacomo Corvi

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

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2025

12 GIUGNO 2025 | 09:00 - 17:00

Hotel Meliá | Via Masaccio, 19 – Milano

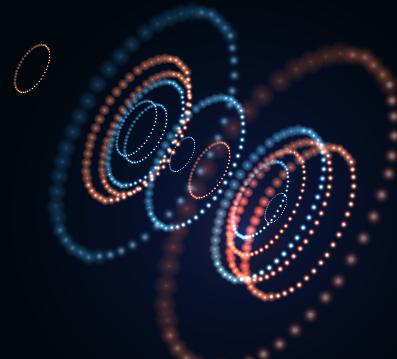
OPENING SESSION

L'INNOVAZIONE NELLA CATENA INDUSTRIALE: MODELLI DI BUSINESS, TECNOLOGIA, SOLUZIONI ASSICURATIVE INTEGRATE E OMNICHANNEL

Le spinte normative, a partire dall'assicurazione obbligatoria per le aziende in tema di catastrofi naturali, e le esigenze del mercato trainate dalle carenze del welfare nel nostro paese, sono le principali direttive su cui si articola la proposition del settore assicurativo per i prossimi mesi. Ma sono solo alcuni dei driver che vedono impegnati i protagonisti dell'assicurazione nel potenziamento della catena industriale, dei modelli di business, di offerta e di servizio. Tra le leve centrali dello scenario competitivo spiccano le strategie basate sulla valorizzazione dei dati e sull'utilizzo di tecnologie evolute: un patrimonio da calibrare ai fini della mitigazione dei rischi e del rigore tecnico, a cui aggiungere il valore dell'efficienza, della componente di servizio nella relazione con il cliente, cittadini e aziende, ai quali rivolgere un'offerta capace di coniugare competenze e qualità.

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

09:00 - 09:30	● REGISTRAZIONE
09:30 - 10:10	● TAVOLA ROTONDA – L'ASSICURAZIONE TRA OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO, RISCHI EMERGENTI E NUOVO WELFARE <ul style="list-style-type: none"> - Alessandro Bugli, componente del centro studi e ricerche Itinerari Previdenziali - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania - Massimo Michaud, presidente di Cineas - Flavio Sestilli, presidente di Aiba
10:10 - 10:30	● STRATEGIE E MODELLI PER L'EVOLUZIONE DEL SETTORE ASSICURATIVO <ul style="list-style-type: none"> - Andrea Battista, ceo di Net Insurance - Davide Passero, ceo di Alleanza Assicurazioni
10:30 - 10:50	● ECOSISTEMA SALUTE, TRA TECNOLOGIA E SERVIZI INTEGRATI <ul style="list-style-type: none"> - Marco Mazzucco, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore Vita & Welfare di Reale Mutua Assicurazioni
10:50 - 11:10	● DAL DATO ALLA DECISIONE: LA NUOVA ERA DELL'INSURANCE GUIDATA DALL'AI <ul style="list-style-type: none"> - Laura Mercurio, head of insurance di Assist Digital - Dario Petriccione, head of AI CMS di Assist Digital
11:10 - 11:30	● COFFEE BREAK
11:30 - 11:50	● INTELLIGENZA AUMENTATA E PREDITTIVITÀ NELLA GESTIONE SINISTRI AL SERVIZIO DEL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group
11:50 - 13:00	● TAVOLA ROTONDA – L'INNOVAZIONE NELLA CATENA INDUSTRIALE ASSICURATIVA <ul style="list-style-type: none"> - Marco Amendolagine, head of product management, Europe & Apac di Cambridge Mobile Telematics - Raffaele Avila, head of data and AI di Zurich Italia - Enkeleida Bitri, responsabile studi, data office e mercati internazionali di Intesa Sanpaolo Assicurazioni - Emanuele Costa, partner & director di Boston Consulting Group - Matteo Generali, responsabile Digital Operations & Technology Services di Generali Italia - Francesco Maldari, head of technology & payment solutions and services di Unipol, ad di UnipolPay e ad di UnipolTech - Massimiliano Mascoli, head of insurtech, business execution & international business di Sara Assicurazioni - Nicolo Soresina, chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub
13:00 - 14:00	● LUNCH



Main sponsor opening session



Main sponsor session tematica



Official sponsor



SESSIONE TEMATICA
 DATI, DIGITAL E AI

14:00 - 15:30

- Tecnologie per la valorizzazione, l'integrazione e la valutazione dei dati da applicare trasversalmente alle diverse aree aziendali; sistemi evoluti per accelerare le potenzialità della digitalizzazione a favore dell'operatività, dell'efficienza e della formulazione/distribuzione di prodotti; applicazione dei sistemi di intelligenza artificiale e genAI; ottimizzazione delle performance e delle possibilità di creare economie di scala per le compagnie. Sono molte le sfide da affrontare per sviluppare innovazione in un settore in cui il rapporto tra tecnologia e business, in tutta la filiera industriale, è sempre più stretto.

14:00 - 14:20 – NUOVI MODELLI TECNOLOGICI DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA

- Vito Rocca, co-founder and chair di D4X

14:20 - 15:30 – TAVOLA ROTONDA – IT: SFIDE E OPPORTUNITÀ PER DISTINGUERSI SUL MERCATO

- Andrea Amadei, responsabile area operations e sistemi informativi di Intesa Sanpaolo Assicurazioni
- Mario Bocca, chief information officer di Unipol Assicurazioni
- Pasquale La Forgia, applicativi sinistri del gruppo Itas
- Francesco Mastrandrea, chief information officer di Groupama Assicurazioni
- Luigi Vassallo, direttore innovazione tecnologica e processi di Sara Assicurazioni

 SESSIONE TEMATICA
 INTERMEDIARI

15:30 - 17:00

- Imprenditori, competenti, digitalizzati e vicini alle esigenze del cliente. La fisionomia dell'intermediario continua a evolvere su presupposti qualitativi e operativi da mettere in campo per cogliere tutte le opportunità di vendita in ambiti strategici come il property e la salute. Tecnologia, offerta e formazione diventano i valori competitivi su cui compagnie e reti di vendita agiscono per rinnovare gli elementi di conoscenza (nei rami danni e vita), efficienza e qualità del servizio. E distinguersi così nella relazione con il cliente e verso la proposizione di soluzioni assicurative per cittadini, famiglie e aziende.

15:30 - 15:50 – PROGETTUALITÀ E TECNOLOGIE PER L'ECCELLENZA NELLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

- Stefano Sardara, head of Southern Europe di Acrisure

15:50 - 17:00 – TAVOLA ROTONDA – LE ATTIVITÀ DI VENDITA DEL FUTURO, TRA RISULTATI RAGGIUNTI E PROSPETTIVE DI SVILUPPO

- Ennio Busetto, presidente del gruppo agenti Allianz
- Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia
- Alessandro Lazzaro, presidente dell'Unione Agenti Axa
- Enzo Sivori, presidente di Aua
- Enrico Ulivieri, presidente del gruppo agenti Zurich
- Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni
- Luigi Viganotti, presidente di Acb



12 GIUGNO 2025 | 9:00 - 17:00

Main sponsor opening session



Main sponsor sessione tematica



Official sponsor



ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA

SESSIONE TEMATICA

GESTIONE SINISTRI PROPERTY

14:00 - 15:30

- L'introduzione per le aziende della legge di assicurazione obbligatoria per le catastrofi naturali rappresenta un punto di svolta nelle strategie del settore assicurativo: la spinta normativa porta le compagnie e tutti gli attori della filiera liquidativa al centro di una profonda revisione dei modelli operativi e di servizio. Ripensare il modello di property claims journey significa saper intervenire sul valore dei dati, sull'efficienza, sulla customer centricity e sulla capacità di contenimento dei costi.

14:00 - 14:20 – CAT- NAT, DATI E TECNOLOGIA: COME CAMBIA LA GESTIONE DEI SINISTRI PROPERTY

- Vito Pagliaccio, partner di Mbs Consulting (gruppo Cerved)

14:20 - 14:40 – L'IMPORTANZA DELLE ATTIVITÀ DI RIPRISTINO

- Attilio Agostini, amministratore delegato di Benpower

14:40 - 15:30 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE PER LA LIQUIDAZIONE DEI SINISTRI PROPERTY, TRA PROBLEMATICHE E OPPORTUNITÀ

Moderata: Giorgia Assouad, senior manager di Mbs Consulting (gruppo Cerved)

- Omar El Idrissi, head of property claims di Unipol Assicurazioni
- Laura Gargasole, responsabile claims del Gruppo Helvetia Italia
- Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni
- Pierluigi Pellino, head of motor claims & head of claims support di Generali Italia
- Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni
- Marco Valle, consigliere di Aipai e vice presidente area periti di Cineas

Main sponsor opening session

Main sponsor sessione tematica

SESSIONE TEMATICA

DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE

15:30 - 17:00

- Uno dei pilastri della trasformazione dell'industria assicurativa è la capacità del settore di coinvolgere e interagire con il cliente, offrendo, in un'ottica di omnicanalità e anche di più ecosistemi di offerta, un'esperienza basata sull'efficienza, la rapidità di risposta e la vicinanza a esigenze diversificate. Strategie e tecnologie (intelligenza artificiale e genAI) per coniugare la necessaria valorizzazione dei dati con la personalizzazione e l'integrazione dei servizi.

15:30 - 15:50 – LA NUOVA FRONTIERA DELLA CX ASSICURATIVA:

MODULI FLESSIBILI, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E CENTRALITÀ DEL CLIENTE

- Jozef Bala, ceo di Athora
- Paolo Tomas, head of sales di Bsi

15:50 - 17:00 – TAVOLA ROTONDA – LA COSTRUZIONE DI UN MODELLO DI RELAZIONE COMPETITIVO E VINCENTE

Moderata: Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting

- Marco Brachini, direttore marketing brand e customer relationship di Sara Assicurazioni
- Fabio Cascio, chief marketing officer di Groupama Assicurazioni
- Paolo Crivello, responsabile customer experience e relationship manager di Reale Mutua
- Alessandra Gregori, head of web and social di Axa Italia
- Verushka Luciano, direttore clienti di Verti
- Pamela Negosanti, sales director di Bsi
- Annalisa Verroia, responsabile digital experience e service level management di InSalute Servizi


Official sponsor


ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA