

PRIMO PIANO

Allianz Spa nel mirino dell'Acgm

Allianz Spa è finita nel mirino dell'Acgm per via di alcune clausole ius variandi "contenute nei modelli contrattuali assicurativi denominati 'Allianz Ultra' per i settori salute e casa e patrimonio" e in particolare per quanto riguarda i meccanismi di aggiornamento delle garanzie scelte dal contraente-consumatore".

L'Antitrust, sul proprio sito web, spiega che il procedimento "in materia di clausole vessatorie" è stato avviato lo scorso 29 maggio in seguito a una segnalazione dell'Ivass. Si tratta di clausole che, secondo l'Acgm, "in collegamento tra loro e/o nel contesto dell'intero testo del contratto", sarebbero "tali da determinare, a carico del consumatore, un significativo squilibrio dei diritti e degli obblighi derivanti dal contratto". L'Autorità ha disposto una consultazione facendo riferimento "Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa", a cui possono partecipare "le associazioni di categoria rappresentative dei professionisti a livello nazionale e le camere di commercio o loro unioni che risultino interessate dalle clausole oggetto del procedimento" e "le associazioni dei consumatori, rappresentative a livello nazionale, riconosciute e iscritte nell'elenco di cui all'articolo 137 del Codice del consumo".

B.M.

COMPAGNIE

Come modernizzare i sistemi core degli assicuratori danni

Non si tratta solo di una sfida tecnologica, ma di una trasformazione del business che richiede la revisione dei processi delle compagnie e un modello operativo integrato, dove business e IT condividono la responsabilità dei risultati. McKinsey, in un report, individua alcune dimensioni chiave per guidare le scelte dei player assicurativi

Negli ultimi dieci anni i sistemi core concepiti in un'epoca in cui dominava la carta e il business assicurativo si muoveva su binari in generale più lenti sono evidentemente diventati inadatti ad affrontare le sfide della contemporaneità. Le compagnie assicurative, a livello globale, si trovano a dover affrontare inefficienze operative, costi sempre più alti per la manutenzione dei sistemi IT e una crescente pressione per soddisfare le aspettative dei clienti in termini di reattività in tempo reale (pensiamo ad esempio ai preventivi immediati o alla liquidazione dei sinistri). Restare competitivi, pertanto, richiede l'adozione di soluzioni scalabili basate sul cloud per consentire l'automazione, l'analisi dei dati in tempo reale e una maggiore connettività con gli altri attori dell'ecosistema. Questo è il punto di partenza di McKinsey per delineare un articolato studio dedicato alla modernizzazione del settore danni, all'interno del quale la società di consulenza spiega in che modo le compagnie possono modernizzare con successo i propri sistemi core.

QUALE PIATTAFORMA SCEGLIERE

Secondo McKinsey, sempre meno compagnie scelgono soluzioni completamente personalizzate, mentre cresce l'interesse verso l'estensione dei sistemi legacy attraverso wrappers o piattaforme SaaS. Negli Stati Uniti, rileva lo studio, circa metà delle principali compagnie danni opta per acquistare e configurare sistemi, mentre l'altra metà li sviluppa internamente. Per quanto riguarda invece l'Europa, la maggior parte delle compagnie consolidate dispone di piattaforme commerciali già pronte (soluzioni Commercial off-the-shelf - Cots) personalizzate e ne sta valutando l'aggiornamento.

Chi punta sullo sviluppo proprietario gode di maggiore controllo, funzionalità su misura e facilità nell'integrare innovazioni future, ma si scontra spesso con tempistiche lunghe, scalabilità limitata e costi crescenti. Chi sceglie una piattaforma Cots, secondo lo studio, "ottiene invece vantaggi in termini di velocità, aggiornamenti e innovazione", ma anche queste soluzioni possono introdurre complessità e richiedere tempi estesi per l'integrazione e l'adattamento a un'architettura sempre più articolata.

LE SEI DIMENSIONI PER GUIDARE LE SCELTE DELLE COMPAGNIE

Lo studio di McKinsey individua sei dimensioni chiave che possono guidare le compagnie in questa scelta. (continua a pag. 2)
(continua da pag. 1)



La prima riguarda la “funzionalità e la capacità della piattaforma”: se il modello di business richiede funzionalità specializzate, forte personalizzazione o integrazione complessa con portafogli legacy, sviluppare un sistema su misura può essere valido; chi privilegia time-to-market, efficienza dei costi e innovazione del vendor, secondo McKinsey “può trarre vantaggio da soluzioni Cots, oggi sempre più configurabili”.

Il secondo aspetto riguarda la “personalizzazione dei workflow e dell’esperienza digitale”, laddove lo sviluppo interno è indicato per chi ha workflow specializzati (ad esempio modelli di valutazione complessi o integrazioni con fonti dati proprietarie) o desidera offrire esperienze digitali personalizzate; “le soluzioni esterne – si legge nel report – offrono portali e processi standardizzati pronti all’uso”.

La terza dimensione riguarda la “governance dei dati, la sicurezza e il controllo”. Per McKinsey, questo sviluppo può essere preferibile per chi cerca pieno controllo su dati e protocolli di sicurezza: “l’acquisto – sostiene il report – è indicato per chi preferisce soluzioni modulari, scalabili, con analytics avanzati preconfigurati e aggiornamenti gestiti dal fornitore”; occorre inoltre valutare “se l’innovazione proposta è coerente con la strategia IT interna”.

Un’ulteriore dimensione è quella del time-to-market e dei costi. Lo sviluppo richiede investimenti iniziali elevati e tempi lunghi (cinque–dieci anni). “Le piattaforme Cots – rileva il report – hanno costi iniziali più contenuti e tempi inferiori (tre–cinque anni), grazie a configurazioni low-code e personalizzazioni minime”.

Quinta dimensione è quella riguardante le “capacità organizzative” e la “leva sull’innovazione”. Lo sviluppo in-house funziona per compagnie con solide competenze interne e capacità di delivery. Per chi già utilizza una piattaforma Cots, qualsiasi decisione di aggiornamento potrebbe influire sulla disponibilità dell’assicuratore ad assorbire e rendere operativi i miglioramenti, dato che anche le migliori nuove funzionalità non genereranno valore se l’azienda non è pronta ad adottarle.

Infine, la sesta e ultima dimensione individuata riguarda i “rischi di migrazione nel modello target”. Lo sviluppo interno, si legge nel report, “garantisce più controllo su rischi normativi e di sicurezza e riduce la dipendenza da singoli fornitori”. Secondo gli esperti di McKinsey, l’acquisto è più indicato “per chi cerca soluzioni validate dal mercato, con rischi e complessità minori nella migrazione e aggiornamenti gestiti dal vendor”.

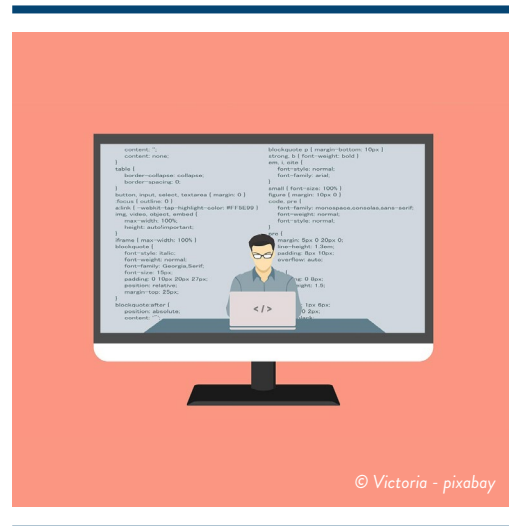
COME TROVARE IL PARTNER STRATEGICO GIUSTO

La scelta del vendor, sottolinea il report di McKinsey, è una decisione strategica, e gli errori più comuni “includono la scelta di vendor con scarsa scalabilità, sottovalutare delle sfide di integrazione, roadmap poco trasparenti o supporto tecnico debole”.

Secondo il report, i migliori fornitori offrono innanzitutto scalabilità: piattaforme adottate da compagnie leader, con referenze solide, in grado di crescere con l’azienda; devono supportare normative locali e offrire configurabilità multi-giurisdizione, oltre a disporre delle risorse finanziarie per innovare nel tempo. McKinsey aggiunge che le “architetture Api-first e i microservizi sono essenziali”.

Un’altra caratteristica necessaria riguarda la flessibilità e l’integrazione con altri sistemi: “soluzioni modulari, integrabili con sistemi interni o esterni, Api documentate e connettori standard”. Secondo il report, i migliori vendor offrono anche un ecosistema attivo, con partner insurtech e strumenti per sviluppatori. Anche la credibilità e la presenza sul mercato è un aspetto da tenere in grande considerazione. Meglio scegliere quindi “vendor con forte presenza tra compagnie con esigenze simili, soluzioni testate su scala, e buone performance operative”.

McKinsey mette poi l’accento sulla collaborazione e sulla capacità di avere un’influenza sul prodotto, optando per “vendor che coinvolgono attivamente i clienti nell’evoluzione della piattaforma, tramite advisory board, feedback strutturati e roadmap condivise”. Altri due aspetti da monitorare nella scelta del fornitore riguardano da un lato la funzionabilità e l’adattabilità, cioè piattaforme con funzionalità avanzate (es. configurazioni dinamiche, self-service, compliance automatica), personalizzabili in modalità no-/low-code, e pronte per tecnologie future; dall’altro la rete di servizi terzi e la copertura, laddove sono preferibili “vendor con una rete affidabile di partner per implementazione e supporto operativo, presente nei mercati in cui opera la compagnia, con un track record positivo e rispetto degli Sla”.



Beniamino Musto

INIZIATIVE

Museo dell'assicurazione, una nuova guida

Nel board del Muda, importanti esponenti del mondo dei rischi: da Vincenzo Cirasola a Leonardo Felician, da Maurizio Hazan a Dario Focarelli

Nuovo consiglio direttivo e nuovo comitato scientifico per il Museo dell'assicurazione. I due organi guideranno le strategie e le attività della fondazione, iscritta nel Registro unico nazionale del Terzo Settore, e che raccoglie un vasto patrimonio sulla storia dell'assicurazione. Il consiglio direttivo è presieduto da **Francesco Mansutti** e composto da **Vincenzo Cirasola**, **Alessandro De Felice**, **Leonardo Felician**, **Dario Focarelli**, **Salvatore Infantino**, **Tomaso Mansutti** e **Orazio Rossi**.

Il comitato scientifico, sempre presieduto da Francesco Mansutti, è composto da **Marina Bonomelli**, **Albina Candian**, **Giovanni Ceccarelli**, **Giampiero Fumi**, **Maurizio Hazan** e **Tomaso Mansutti**.

"Partecipare al consiglio direttivo del Muda – ha commentato Cirasola, in una nota – è un incarico di prestigio che consolida la credibilità istituzionale maturata in anni di impegno nella rappresentanza, e mi offre l'opportunità di trasmettere alle nuove generazioni il valore della nostra professione, contribuendo a preservare la memoria storica del settore e a promuovere una cultura assicurativa autentica e consapevole".

La fondazione è protagonista di tante iniziative, tra cui la mostra itinerante del prossimo luglio, a Varsavia, in occasione della *Global Conference on the History of Risk and Insurance*, nonché gli appuntamenti formativi del *Portale Muda*, che in collaborazione con **Ac Formazione** diffonde gratuitamente la cultura assicurativa, e l'*Innovative Insurance Academy*, con il contributo di **Fondazione Cariplo**, che propone percorsi multimediali per studenti, esperti e studiosi.

Il museo, a Milano, custodisce un patrimonio documentale di oltre 6.000 volumi storici, 3.000 polizze antiche, 600 manifesti pubblicitari e 800 targhe incendio, un tesoro capace di evocare non solo la storia dell'assicurazione, ma anche le trasformazioni sociali ed economiche delle società.

Fabrizio Aurilia

PRODOTTI

Helvetia Italia lancia "Helvetia Simple Selection"

La soluzione multiramo di investimento si avverrà anche delle garanzie di assistenza di Axa Partners Italia

Il **Gruppo Helvetia Italia** amplia la propria offerta di soluzioni di investimento con la nuova polizza multiramo *Helvetia Simple Selection*. La soluzione, distribuita attraverso la rete di agenti e broker della società, prevede un premio unico iniziale di 15mila euro con la possibilità di effettuare versamenti aggiuntivi.

Una quota pari al 10%, al 30% o al 50% del capitale, a seconda della decisione del cliente, sarà investita nella gestione separata *Remunera Più*, mentre tutto il resto finirà in una delle sei linee guidate disponibili, definendo l'investimento in maniera coerente con gli obiettivi e la propensione al rischio dell'assicurato. È possibile effettuare cambiamenti tra le linee dopo 90 giorni dalla decorrenza per adeguare l'investimento.

Completa infine la soluzione il pacchetto di garanzie di assistenza messo a disposizione grazie alla polizza assicurativa che **Helvetia Vita** ha stipulato con **Axa Partners Italia**: il pacchetto, attivabile in qualsiasi momento, comprende supporto pratico e sostegno nella gestione delle pratiche successorie e assistenza in viaggio.

"Helvetia Simple Selection rappresenta un tassello importante nella nostra strategia di lungo periodo, che punta a costruire soluzioni d'investimento solide, flessibili e capaci di accompagnare i clienti nel tempo", ha commentato **Emanuela Mantini**, chief customer & distribution officer del Gruppo Helvetia Italia. "Il nostro obiettivo – ha aggiunto – è supportare scelte consapevoli, offrendo strumenti affidabili e un servizio di consulenza in grado di evolvere insieme alle esigenze dei nostri clienti, in coerenza con i valori della compagnia".

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

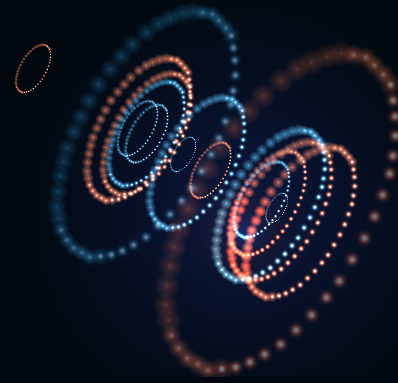
Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 10 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 direttrici 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 - 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 - Andrea Battista, ceo di Net Insurance - Davide Passero, ceo di Alleanza Assicurazioni |
| 10:30 - 10:50 | ● ECOSISTEMA SALUTE, TRA TECNOLOGIA E SERVIZI INTEGRATI - 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 - 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 - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group |
| 11:50 - 13:00 | ● TAVOLA ROTONDA – L'INNOVAZIONE NELLA CATENA INDUSTRIALE ASSICURATIVA - 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 - Nicolò Soresina, chief executive officer e chief operating officer di Vittoria hub |
| 13:00 - 14:00 | ● LUNCH |

Main sponsor opening session

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CAMBRIDGE
MOBILE TELEMATICS

DEKRA

Main sponsor sessione tematica

ACRISURE

Benpower
Ricostruiamo il vostro mondo.

bsi

D4X
d4next.com

MBS
A Cerved Company

Official sponsor

ACB
Associazione Company Brokers

VALUE PARTNERS

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

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2025

12 GIUGNO 2025 | 9:00 - 17:00

Main sponsor opening session

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CAMBRIDGE
MOBILE TELEMATICS

DEKRA

Main sponsor sessione tematica

ACRISURE

Benpower
Ricostruiamo il vostro mondo.

bsi

D4X
d4next.com

MBS
A Cerved Company

Official sponsor

ACB
Associazione Categoria Broker

VALUE PARTNERS

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**
Modera: 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

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**
Modera: Gianluca Zanini, partner di Excellence Consulting
- 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
- Alessandra Iaccarino, direttore marketing operativo di Sara Assicurazioni
- Verushka Luciano, direttore clienti di Verti
- Pamela Negosanti, sales director di Bsi
- Annalisa Veroia, responsabile digital experience e service level management di InSalute Servizi

INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2025

12 GIUGNO 2025 | 9:00 - 17:00

Main sponsor opening session

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CAMBRIDGE
MOBILE TELEMATICS

DEKRA

Main sponsor sessione tematica

ACRISURE

Benpower
Ricostruiamo il vostro mondo.

bsi

D4X
d4next.com

MBS
A Cerved Company

Official sponsor

ACB
Associazione Categoria Broker

VALUE PARTNERS

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA