

PRIMO PIANO

Unipol Assicurazioni, ecco Unica

Unipol Assicurazioni rinnova la sua offerta assicurativa con il lancio di Unica Unipol, una nuova soluzione modulare e omnicanale che si propone di garantire al cliente, all'interno di un unico contratto, una protezione su misura per lui e per tutti i membri della sua famiglia. Molti gli ambiti di protezione che possono essere inseriti all'interno della soluzione: veicoli, casa, famiglia, salute, mobilità, viaggi, infortuni e pet. Insieme alla novità è stato definito anche un nuovo modello di pagamento, con cui è possibile anche frazionare mensilmente il versamento del premio per le coperture sottoscritte. "Unica rivoluziona l'offerta del mercato assicurativo italiano", ha commentato Enrico San Pietro, group insurance general manager di Unipol. "È una proposta che consente di coprire con un solo contratto tutte le persone, i veicoli, i beni e gli animali domestici di una famiglia, con un'esperienza cliente davvero innovativa, che unisce la comodità dei canali digitali – ha proseguito – con la consulenza professionale delle nostre agenzie".

La soluzione, come illustra una nota stampa, "rappresenta l'azione di punta della direttrice Faster Integrated Offer Model del piano strategico Stronger / Faster / Better e una delle innovazioni più significative introdotte dal gruppo Unipol negli ultimi anni".

Nelle intenzioni del gruppo, contribuirà inoltre a rinnovare anche il modello di relazione con il cliente, valorizzando la professionalità della rete agenziale.

Per la news completa [clicca qui](#).

Giacomo Corvi

TECNOLOGIE

Cloud e AI, modernizzare i dati è la chiave del successo

L'ultimo paper di Idc sostiene che affrontare i sistemi legacy e il debito tecnico sia fondamentale per sbloccare il pieno potenziale dell'intelligenza artificiale. Allineando le strategie agli obiettivi di business e integrando l'automazione, le organizzazioni possono crescere in modo più rapido e intelligente

L'intelligenza artificiale e la modernizzazione dei dati non sono sfide nuove, ma l'arrivo delle soluzioni di AI generativa (GenAI) basate sul cloud ha reso necessario affrontarle insieme: la rapida adozione di tali soluzioni sta portando l'infrastruttura cloud al suo limite, creando problemi di scalabilità e aumenti dei costi. Affrontare congiuntamente tecnologie cloud e AI significa bilanciare tecnologia e competenze umane per ampliare le iniziative di alfabetizzazione e gestione dei dati. È quanto emerge da *Cloud and AI: Modernizing data is the linchpin to succeed with both*, l'ultimo paper realizzato da Idc (International data corporation) per PwC.

Secondo il documento, il concetto di debito tecnico è applicabile anche ai dati. In questo campo, le forme più visibili di debito tecnico includono silos, incoerenze semantiche, database ridondanti, pratiche di governance in conflitto e infrastrutture obsolete. In generale, gli analisti di Idc sottolineano una scarsa comprensione del legame tra i dati e del loro utilizzo nei processi decisionali aziendali, il che aumenta il rischio per molte organizzazioni di non raggiungere i propri obiettivi. Al contrario, affrontare le sfide legate all'unificazione dei dati permetterà alle aziende di adottare l'AI con maggiore fiducia.

Ma attenzione: oggi c'è una forte pressione nel dimostrare progressi rapidi nell'implementazione dell'AI (specialmente di quella generativa) e questo porta molte realtà a concentrarsi su un singolo use case. Creare uno use case come prototipo può velocizzare lo sviluppo di una soluzione, ma potrebbe non essere la scelta più efficace per un'organizzazione che vuole gestire in modo corretto i propri dati, differenziarsi e ottenere così un vantaggio strategico.

I BENEFICI DI UNA CORRETTA IMPLEMENTAZIONE

Chi implementa correttamente cloud e AI può trarne vantaggi significativi, come un miglior uso strategico delle informazioni e una maggiore maturità dei dati. Le organizzazioni che sanno spiegare rapidamente la logica delle informazioni (cioè come queste supportano decisioni e processi aziendali) sono meglio posizionate per sfruttarne il valore strategico e tattico, elemento cruciale nella trasformazione del modello di business.

Inoltre, le aziende che utilizzano strumenti per mappare il valore strategico dei propri dati riusciranno più facilmente a ottenere l'impegno del top management



© Darlene Alderson - Pexels

sugli investimenti in modernizzazione e infrastruttura. Questi investimenti non dovranno essere giustificati solo da casi d'uso specifici o da raccomandazioni tecniche, ma saranno compresi in modo olistico da un'organizzazione più alfabetizzata e matura.

Le realtà che completano con successo l'aggiornamento dei dati saranno in grado di sfruttare le competenze ingegneristiche cloud necessarie per implementare soluzioni che coinvolgano software on-premises, cioè locali non in forma di software as-a-service.

MIGLIORARE ALFABETIZZAZIONE E MATURITÀ DEI DATI

Nel percorso di modernizzazione dei dati e di scalabilità dei programmi GenAI, prosegue il paper, rimuovere il collo di bottiglia causato da bassi livelli di alfabetizzazione e maturità dei dati sarà sempre più prioritario. Sarà anche fondamentale sviluppare una cultura decisionale basata sui dati a livello aziendale. Il 37% degli intervistati da Idc ha dichiarato che i propri dati sono troppo complessi, e oltre il 30% ha segnalato la mancanza di competenze del personale per sfruttare le tecnologie di intelligenza aziendale. Non si tratta solo di analisti o data scientist: la maggior parte delle organizzazioni deve cercare assistenza esterna per l'implementazione. Idc prevede che, entro il 2026, oltre il 75% delle aziende richiederà servizi professionali per implementare programmi di alfabetizzazione e maturità dei dati necessari a scalare la trasformazione abilitata dalla GenAI.

Un'altra considerazione importante è che i carichi di lavoro AI richiedono un'infrastruttura diversa rispetto alle applicazioni cloud tradizionali, per gestire richieste di calcolo maggiori o l'elaborazione parallela di grandi quantità di dati. Questo comporta spesso la necessità di hardware specializzati come Gpu, il che aumenta i costi. I fornitori stanno affrontando queste sfide con strategie di ottimizzazione della spesa, come deployment ibridi/multicloud, distribuzione dei carichi e strumenti di efficienza cloud. Secondo Idc, le principali aree in cui le aziende chiedono aiuto nella transizione al cloud sono lo sviluppo di un'architettura adeguata e la migrazione/razionalizzazione dei dati.

LE SFIDE PRINCIPALI

A detta degli analisti di Idc, Pwc e altri fornitori affrontano tre sfide principali nel mercato dell'integrazione tra cloud e AI. La prima è spingere le organizzazioni ad affrontare seriamente la modernizzazione dei dati e il miglioramento della maturità. Le organizzazioni che considerano i dati come un problema di business piuttosto che tecnico tendono a fare più progressi, ma ciò è difficile da realizzare poiché il team tecnico è solitamente il principale custode dei dati.

La seconda è superare la percezione che investire nell'infrastruttura dati sia difficile da giustificare. È fondamentale affrontare i costi incrementali legati ai carichi AI in un'ottica più ampia, mirando a risolvere problemi di business rilevanti.

La terza sfida riguarda la gestione delle interdipendenze tra fornitori e la necessità di mantenere strategie cloud flessibili. Il cloud e l'AI offrono un ecosistema complesso di servizi e software e ciò rende più difficile scegliere i fornitori giusti e gli asset da integrare. Per questo, molte organizzazioni si affidano a un fornitore principale come orchestratore dell'ecosistema.

Tirando le somme, le organizzazioni che sviluppano una base dati solida, una strategia coerente e un'architettura cloud-native in futuro saranno meglio posizionate per implementare nuovi modelli di business e cambiamenti operativi significativi. Affrontare insieme le sfide di cloud e AI è una questione sia tecnologica sia umana e, anche se molte aziende non dispongono delle competenze interne necessarie, i fornitori di servizi esterni sono pronti a supportarle. Secondo Idc, il mercato dell'integrazione tra cloud e AI continuerà a crescere nei prossimi anni.

Michele Starace



© panumas nikhomkhai - Pexels

Per approfondire su www.insurancetrade.it:

- [AI e innovazione continua, le sfide per il mercato](#)
- [Mercato digitale, +3,7% nel 2024 trainato dall'AI](#)

Uno sguardo sul

Notizie tratte da Business Insurance, Commercial Risk, Global Risk Manager (London), WorkCompCentral, Asia Insurance Review e Middle East Insurance Review (Amman)
a cura della redazione

Mereo, obiettivo 450 milioni

Mereo Insurance e i suoi fondi specializzati in insurance-linked securities (ILS) fissano il target complessivo di raccolta premi a circa 450 milioni di dollari per il 2025. Lo ha rivelato il presidente **Brian Duperrault** in un'intervista concessa a *Business Insurance* in occasione del *Rendez-Vous de Septembre* di Monte Carlo, tradizionale appuntamento per addetti ai lavori dedicato alla riassicurazione. Nel dettaglio, 300 milioni di dollari dovrebbero arrivare dalla compagnia riassicurativa con sede alla Bermuda, tutto il resto dai fondi specializzati in strumenti riassicurativi per il trasferimento del rischio. "Al momento siamo operativi in 25 linee di business, che spaziano dai cavi sottomarini ai danni causati al patrimonio immobiliare da catastrofi naturali", ha affermato Duperrault, veterano del settore assicurativo con un passato anche come presidente e ceo di **Aig**. La società è attiva anche nei business delle financial lines e degli infortuni, con la prospettiva di fare a breve il suo ingresso nel business delle fidejussioni. La società è stata lanciata ufficialmente lo scorso 10 febbraio, grazie a un investimento iniziale complessivo di 700 milioni di dollari guidato dal fondo **Susquehanna Private Equity Investments**. Fra i finanziatori dell'iniziativa si contano anche **Ares Management** e **Andover**. La società ha ricevuto un rating di A- da **Am Best**. Conta circa 30 dipendenti, fra cui anche **David Croom Johnson**, nominato ceo e cuo della società dopo una lunga esperienza come ceo **Aegis London**.

Allianz, vendite in Marocco

SanlamAllianz, la joint venture panafricana lanciata nel 2022 da **Allianz** e **Sanlam**, ha annunciato di aver raggiunto un accordo per cedere parte del suo network distributivo in Marocco all'assicuratore locale **Wafa Assurance**. L'operazione è stata realizzata attraverso la controllata **Allianz Maroc**. La transazione rientra fra gli impegni assunti da Allianz e Sanlam di fronte all'Antitrust: nel dettaglio, le autorità competenti avevano evidenziato che la joint venture avrebbe potuto avere effetti restrittivi sulla concorrenza del settore, in particolare in 16 città in cui le due realtà erano già presenti con una propria rete distributiva.

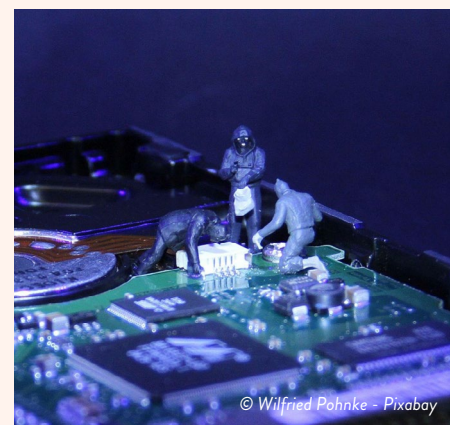
Per questo motivo, le parti avevano concordato un piano di cessioni e trasferimenti di alcuni punti di distribuzione assicurativa. L'operazione, soggetta come sempre al parere favorevole delle autorità regolamentari competenti, dovrebbe essere chiusa entro la fine del 2025.

"Siamo convinti che Wafa Assurance, un operatore leader nel mercato assicurativo del Marocco, sia il partner ideale per questo genere di operazione", ha commentato **Fahd Mokdad**, managing director di Allianz Maroc. "Per quanto ci riguarda – ha proseguito – restiamo totalmente impegnati nel sostegno e nel supporto a tutti gli stakeholder coinvolti in questa fase di passaggio". La società, ha concluso il manager, "rafforzerà la sua presenza con l'apertura di nuovi punti vendita in cui non c'è un rischio di concentrazione delle attività di distribuzione".

Ransomware, costi in rialzo

Calano i sinistri causati da attacchi informatici. L'assicuratore **Resilience**, specializzato proprio nel business del cyber risk, ha reso noto di aver registrato nel primo semestre di quest'anno una diminuzione del 53% su base annua nel numero dei sinistri denunciati dai clienti. La società ha tuttavia specificato che il costo medio di un attacco ransomware, ossia la stragrande maggioranza degli episodi registrati (91%), è aumentato nello stesso periodo del 17%. Le strutture sanitarie sono il bersaglio principale di questo genere di attacco, con richieste di riscatto che in alcuni casi sono arrivate anche a 4 milioni di dollari. L'evoluzione del rischio è dettata soprattutto dallo sviluppo di nuove tecniche di attacco.

"Il calo del 53% nel numero di sinistri racconta solo una parte della storia", ha osservato **Jeremy Gitter**, global head of claims di Resilience. "È vero, meno incidenti si traducono in una perdita, ma quando succede – ha aggiunto – il colpo è durissimo".



© Wilfried Pohnke - Pixabay

Dual, ecco le polizze cargo

Dual Europe si prepara a fare il suo ingresso nel settore delle polizze cargo. La società ha comunicato che fornirà soluzioni *all risks* e specifiche estensioni di copertura a una platea di potenziali clienti composta da produttori, commercianti e, più in generale, operatori del settore import-export. La business unit sarà guidata da **Chris Wittoek**, manager che vanta più di 25 anni di esperienza sul mercato. La mossa rientra nella più ampia strategia adottata da Dual Europe per espandere le sue attività nel business delle specialty lines: nel 2023, per esempio, la società aveva lanciato un hub dedicato al settore delle polizze marine.

“Il lancio di una business unit specializzata nell’ambito delle polizze cargo è una pietra miliare fondamentale nel nostro cammino per creare una piattaforma paneuropea di soluzioni marittime”, ha commentato **Olaf Jonda**, ceo di Dual Europe. “Questo è soltanto il primo passo”, ha assicurato il top manager.



© Freddy - Pixabay

Esg, i Lloyd's cambiano

I Lloyd's non scoraggeranno più la sottoscrizione di rischi su attività basate sull'utilizzo del carbone o di altri combustibili fossili. Lo ha affermato **Patrick Tiernan**, nominato a maggio ceo del marketplace londinese, in un colloquio con il *Financial Times*. Il top manager, nel dettaglio, ha affermato di voler concedere “maggiore libertà” agli assicuratori con cui collaborano, aggiungendo che la società intende unicamente rispettare “le leggi dei paesi” in cui opera e rimettersi “al mix energetico stabilito dal governo”. Tiernan ha quindi rimarcato a più riprese l'approccio neutrale (anzi, “apolitico”) che il mercato è chiamato ad adottare nello svolgimento delle sue attività. “I Lloyd's devono rimanere un soggetto apolitico, vogliamo preservare questo ruolo”, ha affermato.

L'annuncio, nonostante una parziale smentita di un portavoce della società dopo la pubblicazione dell'articolo, costituisce per i Lloyd's un cambiamento radicale rispetto alla strategia di sostenibilità ambientale che era stata lanciata dall'ex ceo **John Neal**. In un report del 2020, la società si era impegnata a “eliminare gradualmente le coperture assicurative e gli investimenti in centrali elettriche a carbone, miniere di carbone, sabbie bituminose o nuove attività di esplorazione energetica nell'Artico”. Nel 2022 il mercato aveva quindi chiesto ai suoi managing agents di “non garantire più coperture o investimenti in queste attività”.

Fintech, accordo in Asia

Le autorità di vigilanza della Mongolia e del Kazakistan hanno sottoscritto un memorandum of understanding per rafforzare la collaborazione fra i due stati e sostenere la cooperazione bilaterale in settori chiave come commercio, investimenti e sviluppo economico.

L'accordo è stato firmato ad Astana, capitale del Kazakistan, lo scorso 4 settembre. E prevede, fra molte altre cose, una più stretta collaborazione fra i due stati per gestire il crescente numero di fintech istituite in Mongolia che si propongono di fornire servizi finanziari attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie.

L'accordo prevede inoltre lo scambio di informazioni in merito a transazioni finanziarie cross-border e la garanzia di assistenza nelle attività di supervisione finanziaria in mercati regolamentati come quello delle assicurazioni.



a partner of



INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano, 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

Supplemento al 12 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI

2 OTTOBRE 2025 | 9:00 - 17:00

Hotel Meliá – Via Masaccio, 19 – Milano



PROGRAMMA MATTINA

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

09:00 – 09:30

● **REGISTRAZIONE**

09:30 – 09:50

● **IL PRESIDIO DEI RISULTATI ECONOMICI, UN PERCORSO DA CONDIVIDERE**

Presentazione dei risultati della survey condotta da Scs Consulting
- Giorgio Lolli, manager di Scs Consulting

09:50 – 10:30

● **INIZIATIVE PER IL CONTROLLO DELLA REDDITIVITÀ**

- Paolo Beltrami, titolare dello Studio Beltrami
- Laura Puppato, vice presidente di Agit
- Enzo Sivori, presidente di Aua

10:30 – 10:50

● **OPPORTUNITÀ E RESPONSABILITÀ DI UNA RELAZIONE OMNICANALE CON IL CLIENTE**

- Lorenzo Sapigni, direttore generale per l'Italia di Cgpa Europe – Rappresentanza generale per l'Italia

10:50 – 11:10

● **PMI, PROTEZIONE PERSONALIZZATA GRAZIE ALL'AI**

11:10 – 11:30

● **COFFEE BREAK**

11:30 – 12:45

● **TAVOLA ROTONDA – CLIENTI E INTERMEDIARI, UN LEGAME PER LA PROTEZIONE DEL PAESE**

- Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
- Claudio Demozzi, presidente di Sna*
- Robert Gauci, ceo del Gruppo Helvetia Italia
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Roberto Novelli, capo dell'ufficio Segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass
- Flavio Sestilli, presidente di Aiba
- Simone Tarchiani, chief commercial officer di Unipol
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

12:45 – 13:00

● **Q&A**



Main sponsor



Official sponsor



* Invitato a partecipare

INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI

2 OTTOBRE 2025 | 9:00 - 17:00



PROGRAMMA POMERIGGIO

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

13:00 – 14:00

● **LUNCH**

14:00 – 14:30

● **COMPONENTE DI SERVIZIO, QUANDO LA QUALITÀ È PERCEPITA DAL CLIENTE**

- Lamberto Ingrà, digital & service delivery director di Belron Italia
- Mariagrazia Musto, presidente di Asap
- Giuseppe Suter, presidente del gruppo agenti Italiana Assicurazioni
- Gaetano Vicinanza, presidente del gruppo agenti Sara Assicurazioni

14:30 – 15:30

● **BROKER: STRUMENTI E SOLUZIONI PER L'UNIONE TRA DOMANDA E OFFERTA ASSICURATIVA**

- Stefano Agnesi, partner e principal broker di Wide Group
- Davide Anselmo, general manager di Qbe Italia
- Pietro Pipitone, direttore generale di Roland Italia
- Nicola Raimondi, chief operating & business management officer di Pib Italy

15:30 – 15:50

● **NUOVE SOLUZIONI PER L'ASSISTENZA AL CLIENTE**

- Vincenzo Ferrante, training & partnership, sales executive BL insurtech di Viasat
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

15:50 – 17:00

● **TAVOLA ROTONDA – INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI**

- Ennio Busetto, presidente dell'Aaa
- Mario Cipriano, presidente di Uea
- Michele Colio, head of distribution marketing e customers di Zurich Italia*
- Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia
- Federico Serrao, presidente del gruppo agenti Generali Italia
- Domenico Siciliano, head of agency network di Unipol
- Enrico Ulivieri, presidente del gruppo agenti Zurich

Main sponsor



Official sponsor



* Invitato a partecipare

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA

L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia

18 Settembre 2025 | 14:00 - 18:30

Hotel Bianca Maria Palace

Viale Bianca Maria, 4 - Milano



**Insurance
Connect**

in collaborazione con

OCTO

La competitività nell'assicurazione auto si gioca su strategie in grado di attribuire valore e qualità ai dati sviluppando progettualità, basate anche sull'intelligenza artificiale, che coinvolgono le attività di underwriting e pricing, il marketing, la gestione dei sinistri.

L'obiettivo è trasformare le potenzialità dei dati in capacità di misurare il rischio, costruire modelli di business, personalizzare l'offerta, potenziare l'area sinistri e il contrasto alle frodi. Intorno ai dati si sviluppano politiche per il rigore tecnico, processi favoriti dalla digitalizzazione, così come una molteplicità di prodotti e servizi per una relazione evoluta con il cliente, sempre più integrati in un ecosistema della mobilità.

Programma

14:00 - 14:30 Registrazione

14:30 - 14:40 Benvenuto ai partecipanti e apertura lavori

Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review e di Insurance Trade
Corrado Sciolla, ceo di OCTO

14:40 - 14:50 Keynote speech

Matteo Carbone, fondatore e direttore dell'IoT Insurance Observatory

14:50 - 16:00 Tavola rotonda – Dal prodotto auto ai servizi integrati per l'ecosistema della mobilità

Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa
Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer relationship di Sara Assicurazioni
Alberto Busetto, amministratore delegato di Generali Jeniot
Matteo Lazzarini, dirigente della Direzione Generale Ambiente e Clima - Struttura Aria, Regione Lombardia
Gianfilippo Lena, ad di Telepass Assicura
Giampiero Rosati, procurement director di Ayvens
Corrado Sciolla, ceo di OCTO

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

16:00 - 17:10 Tavola rotonda – Digitalizzazione, telematica e AI per lo sviluppo dell'assicurazione auto

Mauro Massimo Bonacaro, products, marketing & distribution channels manager di ConTe.it
Marco Cuffia, direttore tecnico danni di Reale Mutua
Eugenio Lamberti, regional leader sales Italy di OCTO
Elena Repetto, chief operating officer e chief technology officer del Gruppo Helvetia Italia
Francesco Tomasoni, responsabile IT - Architetture di business e innovazione di Vittoria Assicurazioni
Maurizio Rainò, head of claims di Axa Italia

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

17:10 - 17:20 Conclusioni e ringraziamenti

17:20 - 18:30 Networking cocktail

CLICCA

SOLD OUT