

PRIMO PIANO

Axa, ricavi in crescita del 7%

Il gruppo Axa archivia i primi nove mesi del 2025 con ricavi complessivi per 89,4 miliardi di euro, in aumento del 7% su base annua. Contribuiscono al risultato praticamente tutte le linee di business. Spicca in particolare la performance del ramo vita e salute, che mette a bilancio premi lordi per 42,3 miliardi di euro e registra una crescita del 9% grazie principalmente al +17% delle polizze unit-linked e al +7% del settore protection. Bene anche il ramo danni che, con ricavi complessivi per 46,2 miliardi di euro, mette a segno una crescita del 5% su base annua, sulla scia in particolare del +8% della controllata Axa XL Reinsurance e del +7% del business delle personal lines. L'indice di solvibilità si attesta al 222%, due punti percentuali in più rispetto alla fine dello scorso giugno, grazie soprattutto al solido rendimento operativo e all'impatto positivo della vendita di Axa IM. Forte di questi risultati, la compagnia, come illustra una nota stampa, "si aspetta di mantenere una buona performance operativa ed è fiduciosa sul raggiungimento di una crescita dell'utile per azione sottostante a un tasso composto di crescita annuale del 6-8%, come stabilito nei target del piano industriale per il periodo 2023-2026". "Questa performance riflette la solida realizzazione della nostra strategia di crescita in tutte le linee di business e in tutte le aree geografiche", ha commentato il group chief financial officer Alban de Mailly Nels. "Restiamo fiduciosi sulla nostra strategia – ha aggiunto – e siamo focalizzati sull'esecuzione del nostro piano".

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

Dalla multicanalità all'omnicanalità: una vittoria per gli intermediari

Oggi, dopo che le compagnie hanno testato la resilienza del canale fisico durante la pandemia di Covid-19, nuove modalità di distribuzione si stanno imponendo, accanto a più pesanti responsabilità per i distributori tradizionali. Un interessante approfondimento è stato offerto ieri in occasione del tradizionale Osservatorio di Cgpa Europe

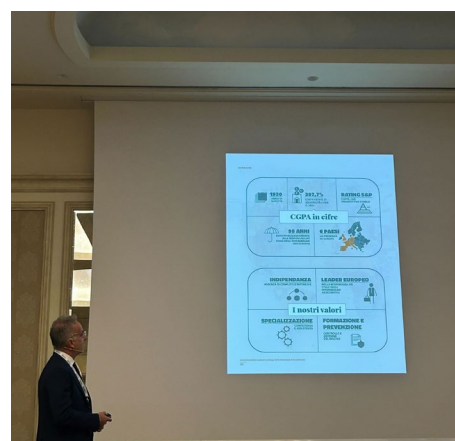
C'era una volta la multicanalità, cioè quell'organizzazione della distribuzione assicurativa che coinvolgeva più canali di vendita diversi e che, in teoria, li metteva sullo stesso piano e in competizione: agenti, broker, consulenti, banche, intermediari accessori, canale diretto, online. Nella multicanalità c'era una sorta di passività dei canali, in balia semplicemente delle preferenze dei clienti e del loro modo di interpretare la natura di un contratto assicurativo. Questo modello sembra aver fallito per lasciare spazio all'omnicanalità.

Ma che cos'è davvero l'omnicanalità? Quali rischi e quali opportunità concrete porta agli intermediari tradizionali, agenti e broker? Se n'è discusso in occasione del tradizionale appuntamento con l'Osservatorio europeo degli intermediari assicurativi, l'evento di Cgpa Europe che si è tenuto ieri a Milano.

PREVENZIONE E GOVERNANCE

"L'omnicanalità – ha detto in apertura dell'evento **Lorenzo Sapigni**, rappresentante generale per l'Italia ed European underwriting & claims director di Cgpa Europe – non riguarda solo le modalità distributive di una compagnia ma insiste sui modi di gestione della struttura distributiva. Si moltiplicano le interazioni tra canali fisici e digitali, si intrecceranno canali diversi".

Se da un lato l'omnicanalità rimette al centro dell'ecosistema l'intermediario, dall'altro la relazione con i clienti e la contemporanea interazione con altri canali della compagnia aumenta i rischi professionali. "Bisogna capire come integrare la struttura distributiva con una governance più accurata dei rischi", ha sottolineato Sapigni. Dal punto di vista di Cgpa Europe, la formazione in ottica di prevenzione farà la differenza. "Prevenzione vuol dire soprattutto attenzione alle sottoreti, perché i sinistri professionali più importanti provengono da lì", ha fatto notare Sapigni. Cosa fare, quindi? "È ineludibile – ha detto – il tracciamento e la formazione dell'attività di consiglio e consulenza". Del resto, anche **Ivass** ha ricordato che, se l'intermediario principale attua una governance seria e continua nel tempo, l'eventuale sanzione può essere molto limitata, se non addirittura evitata.



UN CONTESTO COMPLESSO

Vitale, in questo senso, è la customer satisfaction dei clienti, secondo l'analisi di **Patrizia Contaldo**, direttore dell'Osservatorio sul mercato assicurativo dell'Università Bocconi di Milano. "A prescindere da titolo di studio, reddito ed età – ha rivelato Contaldo – le persone optano per il canale fisico, ma chiedono di avere più touch point per acquistare e gestire il prodotto: una gestione quindi più integrata". Ma non tutti i canali devono rispondere alla medesima esigenza: "per il cliente è importante minimizzare lo sforzo e questo passa per la condivisione delle informazioni tra i canali".

Certo, il contesto non aiuta. Il processo di concentrazione del mercato, soprattutto dei broker, potrà avere un impatto sui sinistri di Rc professionale. L'Osservatorio, che presenta sia un'analisi del mercato americano sia un confronto tra la giurisprudenza europea, segnala che nel 2024 su 694 operazioni di M&A in Europa nel settore assicurativo, 627 hanno riguardato i broker, con una crescente pressione sulla compliance e un aumento dei costi di strutturazione dell'attività distributiva.

COME MITIGARE I RISCHI

Molto interessante, a questo proposito, l'intervento del giurista e avvocato **Carlo Galantini** dello studio **Galantini & Partners**. La normativa sulla distribuzione, attraverso la Pog, ha ingegnerizzato il target market, ma, ha ricordato l'avvocato, "ha mantenuto il controllo dell'intermediario sulle esigenze finali dei singoli clienti, perché un individuo fa parte di un target ma in un momento specifico può avere esigenze diverse".

La distribuzione, anche e soprattutto in un ecosistema omnicanale, è fortemente regolamentata, con certe fasi che per legge devono essere espletate da una persona fisica, mentre lo sviluppo della tecnologia è molto più veloce della regolamentazione. Secondo Galantini, per mitigare il rischio sull'operatività sarebbe utile che gli intermediari chiedessero delle manleve ai "rispettivi partner del modello distributivo omnicanale", soprattutto alle compagnie, e ancora meglio che lo facessero "riuniti in gruppi agenti o mediante le azioni delle rispettive associazioni di categoria, dal momento che tali presidi contrattuali dovrebbero diventare una best practice di comune adozione".

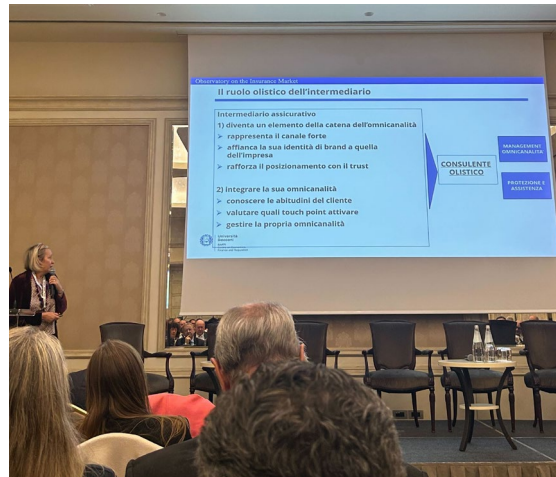
La palla passa quindi agli intermediari, ai gruppi agenti e anche alle associazioni di categoria che, nel caso degli agenti, non sono particolarmente attive nel cercare un dialogo costruttivo con la rappresentanza delle imprese.

LE CONSEGUENZE DELL'OMNICANALITÀ

La tavola rotonda moderata dal direttore di questa testata, **Maria Rosa Alaggio**, ha indagato proprio questo: in che modo definire un nuovo perimetro di responsabilità per gli intermediari, sia verso la compagnia sia nei confronti della propria sottorete e, ovviamente, dei clienti?

"La rinnovata centralità degli agenti fa piacere", ha esordito **Ennio Busetto**, presidente dell'Associazione Agenti Allianz. "Ma – ha continuato – gli agenti difficilmente riescono a sostenere un investimento adeguato a far fronte alle conseguenze dell'omnicanalità. È evidente che c'è bisogno di una partnership con la compagnia, sotto forma di patti, accordi e manleve sulla gestione dei dati. Nel mondo Allianz da diversi anni ci sono investimenti nella digitalizzazione ed è stato fatto il primo accordo importante per far concludere i contratti in agenzia".

Su questo tema, i gruppi agenti hanno fatto molto e da tanti anni, sopperendo all'immobilismo delle associazioni di categoria. "La vera sfida – ha spiegato **Enrico Ulivieri**, presidente del Gruppo agenti Zurich – è continuare a essere forti e scelti dai clienti, continuare a combattere la battaglia per il cliente anche dopo che, nel nostro caso, la compagnia ha addirittura chiuso il canale



è su Facebook

Segui la nostra pagina



diretto. È per questo che abbiamo bisogno di regole condivise: la responsabilità per farle la rimando alle associazioni di categoria”.

UN PARTNERSHIP VERA CON LE COMPAGNIE

Il sistema che si è creato “sopra le associazioni di categoria”, è intervenuto **Antonio Canu**, vice presidente di **Asap (Generali Italia)**, secondo cui l’omnicanalità è stata “una vittoria degli intermediari”, ma l’agente deve accettare “la scommessa del desiderio del cliente”. Il *Profilo unico del cliente*, ad esempio, è figlio di un accordo dati definito “molto avanzato”, che consente all’agente di avere “una partnership orizzontale con la compagnia per costruire modelli distributivi”. Canu l’ha definita “una scatola informatica di straordinaria efficacia” che consente alle agenzie di avere una “compliance altissima”.

Le difficoltà ci sono, soprattutto dove il gruppo agenti è più debole: è il caso di **Hdi**, come ha spiegato **Ernesto Erba**, vice presidente del gruppo agenti della compagnia. “Nella nostra compagnia – ha spiegato – il gruppo agenti non esisteva fino a tre anni fa. Ora gli associati sono comunque meno della metà e io vedo delle criticità”. Tuttavia, il rapporto con la mandante è molto buono: “abbiamo un buon rapporto con il settore commerciale, che in questo momento è abbastanza ricettivo, anche se resta un problema di tutele”.

OPPORTUNITÀ E RISCHI DELL’AI

La tutela è un tema centrale per **Laura Puppato**, delegata ai rapporti istituzionali e sindacali di **Agit**, che se da una parte vede nell’omnicanalità “un vantaggio per le imprese che sanno fare bene marketing”, dall’altra considera i rischi soprattutto nella condivisione dei dati e nell’uso dell’intelligenza artificiale: “l’AI va valutata perché non è neutra – ha ricordato – noi abbiamo una responsabilità enorme e ogni cliente va rivalutato da noi con i *demands and needs*”.

Sul tema dell’AI, anche **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**, sembra frenare, ricordando che “il vero valore della relazione sta nel dare al cliente ciò che gli serve davvero”, indipendentemente dal servizio che l’assicurato preferisce utilizzare.



Ciò che è certo è che i broker devono investire in proprio e l’innovazione tecnologica può aiutare molto, come ha spiegato **Flavio Sestilli**, presidente di **Aiba**: “l’AI è utilissima per leggere i documenti, riassumere i passaggi della relazione, individuare le garanzie più adatte tra i testi delle polizze, e anche nei sinistri, perché è in grado di dialogare con i clienti, dando informazioni di base. Questa è l’omnicanalità gestita da un broker”, ha chiosato Sestilli.

BISOGNA IMPARARE A CORRERE

Tornando agli agenti, **Alessandro Lazzaro**, presidente uscente (non si ricandiderà) dell’**Unione agenti Axa**, è parso preoccupato per la lentezza delle norme proprio rispetto alla rapidità della tecnologia, cosa che aumenta a dismisura le responsabilità in capo agli agenti. “Gli agenti non giocano con le stesse regole degli altri canali”, ha aggiunto, tornando sul tema dell’accordo nazionale, “un contratto del 2003 con la struttura del 1970”. Che cosa succederà, si è chiesto, quando i fondi d’investimento acquisteranno un’agenzia dopo l’altra?

In conclusione, c’è stato l’intervento di **Jean-François Mossino**, presidente della commissione agenti del **Bipar**, e testimonial dell’esperienza degli **Agenti Unipol Associati**. Per l’esperto agente, l’omnicanalità è un’esigenza dei clienti, in primis, e riguarderà soprattutto i servizi e non solo la gestione. “Le compagnie se ne rendono conto – ha detto – e hanno bisogno di qualcuno che ci metta la faccia soprattutto dopo l’acquisto del contratto e non solo nel momento del sinistro”. In Unipol si è partiti da un accordo dati che garantisce la proprietà paritetica e tutela anche l’agente che lascia il sistema della compagnia. “Nel 2017 – ha ricordato Mossino – abbiamo posto le basi dell’accordo omnicanales siglato nel 2023 con le regole del gioco, le tutele e le manleve. Abbiamo fatto un percorso congiunto con la compagnia, ma le regole non bastano – ha concluso – bisogna imparare a correre”.

Fabrizio Aurilia

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

Aig, accordo con Everest

Aig ha annunciato di aver sottoscritto un accordo con **Everest Group** per acquisire il diritto di rinnovo su un portafoglio globale di polizze retail. L'operazione riguarda contratti che sono stati emessi in Europa, Regno Unito, Stati Uniti, Asia e Pacifico, per un valore complessivo di circa due miliardi di dollari. I termini finanziari dell'intesa, soggetta all'approvazione delle autorità regolamentari, non sono stati resi noti. Everest Group manterrà l'esposizione a eventuali passività e continuerà a gestire i sinistri dei clienti. Aig si aspetta di poter procedere ai primi rinnovi già dal 1° gennaio 2026, con qualche possibile mese di ritardo in Europa. "Siamo convinti che questa operazione possa favorire la crescita incrementale del nostro portafoglio assicurativo e che saremo in grado di sottoscrivere queste coperture nel perimetro del nostro bilancio, senza la necessità di nuovo capitale", ha commentato **Peter Zaffino**, chairman e ceo di Aig.

La cessione del portafoglio rientra nella più ampia strategia adottata da Everest Group per rivedere il proprio posizionamento di mercato e, più nel dettaglio, focalizzare le attività della società nei core business della riasicurazione, dell'assicurazione wholesale e delle specialty lines. "Questa iniziativa ci darà la flessibilità necessaria per impiegare il capitale in riacquisto di azioni, opportunità strategiche e investimenti selezionati in talenti, tecnologie e dati per rafforzare il nostro vantaggio competitivo", ha affermato **Jim Williamson**, presidente e ceo di Everest Group.

Melissa, un cat bond da 150 mln \$

Il passaggio dell'uragano Melissa in Giamaica potrebbe far scattare un cat bond da 150 milioni di dollari che la **Banca Mondiale** ha emesso nel 2024 per la gestione del rischio di catastrofi naturali nei Caraibi. Secondo alcune fonti, le condizioni per l'attivazione del cat bond si sarebbero verificate quando Melissa, classificato come uragano di categoria 5, ha toccato le coste della Giamaica con venti sostenuti a circa 300 km/h: se i dati venissero confermati, scatterebbe automaticamente il 100% dell'indennizzo. **Twelve Securis**, società specializzata in cat bond e insurance-linked securities, ha scritto che i dati preliminari indicano una possibile (anzi, probabile) perdita dell'intero capitale per gli investitori che hanno sottoscritto il cat bond della Banca Mondiale. L'uragano Melissa potrebbe dunque presto rivelarsi il ciclone tropicale più forte ad aver mai toccato le coste della Giamaica. "I dati preliminari del **National Hurricane Center** mostrano che la pressione dell'uragano si è mantenuta in molte aree al di sotto dei 900 millibar, un chiaro segnale della potenza che è stata in grado di raggiungere questa tempesta", ha commentato **Chris Lefferdink**, head of insurance-linked securities per il Nord America di **Aon Securities**. Interrogato sulla possibile attivazione del cat bond, Lefferdink ha affermato che, "sebbene i numeri definitivi siano ancora in fase di verifica, i primi dati suggeriscono che lo strumento sta facendo solamente quello per cui è stato progettato: far arrivare rapidamente a un paese fondi essenziali dopo un grave disastro naturale".

Blackstone si espande in India

Il fondo statunitense **Blackstone** ha annunciato di aver acquisito una partecipazione di maggioranza (70%) in **Ace Insurance Brokers**, società attiva nel settore del brokeraggio assicurativo con sede a Mumbai. Il restante 30% della società dovrebbe rimanere in mano degli attuali azionisti, cosa che dovrebbe garantire una certa continuità di business. L'operazione è avvenuta a un prezzo concordato di circa 400 milioni di dollari, cifra che presuppone un valore complessivo di 425-450 milioni di dollari per la società: si tratta del più grande investimento straniero mai registrato nel mercato del brokeraggio assicurativo in India.

Attiva nel settore da 24 anni e ancora guidata dai fondatori **Anil Arora** e **Raj Ajmera**, Ace Insurance Brokers offre servizi nei business vita, danni e riassicurazione. Fra i suoi clienti figura anche la holding **Adani Group**, specializzata in mercati come porti, aeroporti, infrastrutture ed energia elettrica.



Arabia Saudita, la prima donna ceo

L'autorità di vigilanza e supervisione del mercato assicurativo in Arabia Saudita ha dato il suo via libera alla nomina di **Dalal Abdullah Al-Burhan** a ceo della compagnia **AlSagr Cooperative Insurance**. La nomina era arrivata lo scorso 23 settembre, in occasione della seduta del consiglio di amministrazione della società che ha deciso di rendere strutturale ed effettivo l'incarico che la top manager aveva assunto ad interim a maggio, dopo le dimissioni improvvise di **Yasser Al Harbi**. Si tratta della prima volta che una donna ricopre il ruolo di ceo in una compagnia assicurativa in Arabia Saudita.

La manager ha una laurea in amministrazione presso la King Saud University e un ulteriore periodo di formazione presso il Chartered Insurance Institute di Londra, e vanta un'esperienza di oltre 15 anni nel settore assicurativo. Al momento del suo ingresso nella società ha assunto l'incarico di chief technical officer.



Starr acquisisce Iquw Group

Il gruppo statunitense **Starr** ha annunciato di aver raggiunto un accordo per acquisire **Iquw Group**, società attiva nei settori dell'assicurazione e della riassicurazione specialistica con sede a Londra. I termini finanziari dell'operazione non sono stati resi noti. L'acquisizione consentirà a Starr di ampliare i suoi ambiti di attività e metterà le due società nella condizione migliore per crescere a livello globale. Iquw Group, che vanta premi lordi per circa 1,9 miliardi di dollari, dispone di due sindacati presso il mercato londinese dei **Lloyd's** e può contare anche su una piattaforma riassicurativa con sede alle Bermuda. "Questa acquisizione strategica punta alla diversificazione del business e alla redditività di sottoscrizione", ha commentato **Jeff Greenberg**, chairman e co-ceo di Starr. "La fusione delle nostre due società – ha aggiunto – ci consentirà di avere una presenza maggiore nel mercato di Londra e di creare un'organizzazione più forte". Il closing, soggetto come sempre alle necessarie autorizzazioni delle autorità regolamentari, è atteso per la prima metà del 2026: fino ad allora, le due società lavoreranno in maniera indipendente.

La società ha già comunicato che, al completamento dell'acquisizione, **Peter Bilsby**, attualmente ceo di Iquw Group, supervisionerà le attività internazionali di Starr, lavorando a stretto contatto con **Stuart Scott**, presidente e ceo del gruppo in Regno Unito e nella regione Eme, e **José Ribeiro**, presidente per le regioni Apac e Latam.

Stop a Munich Re Ventures

Munich Re ha annunciato che la business unit **Munich Re Ventures**, specializzata in venture capital e in investimenti in start up, cesserà le sue attività. Il team sarà integrato all'interno di **Meag**, braccio del colosso tedesco della riassicurazione nel settore dell'asset management. "La ricerca dell'innovazione e le attività nell'ecosistema del venture capital continueranno nelle divisioni di Munich Re in tutto il mondo", ha fatto sapere la società in una nota.

Lanciata dieci anni fa, Munich Re Ventures ha investito in circa 100 diverse attività. Fra queste si conta anche **Next Insurance**, compagnia specializzata nell'offerta di polizze danni alle piccole imprese negli Stati Uniti che era stata lanciata nel 2016 proprio grazie al contributo di Munich Re Ventures e che a luglio è stata rilevata dal riassicuratore tedesco attraverso la controllata **Ergo**. In portafoglio anche realtà come **Hippo** e **Stoik**.



a partner of



INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

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

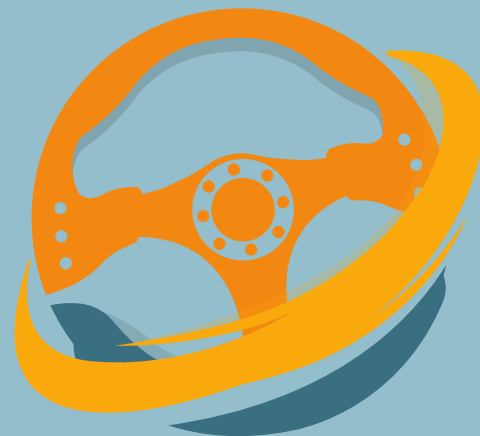
T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

Supplemento al 31 ottobre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

RC AUTO: COME CAMBIANO QUALITÀ, TUTELA DEL CLIENTE E RIGORE TECNICO

4 NOVEMBRE 2025 | 9:00 - 16:30



Hotel Meliá – Via Masaccio, 19 – Milano

PROGRAMMA MATTINA

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

09:00 – 09:30	● REGISTRAZIONE
09:30 – 09:40	● KEYNOTE SPEECH – SCENARI DI INNOVAZIONE PER L'ASSICURAZIONE AUTO - Matteo Carbone, fondatore e direttore dell'IoT Insurance Observatory
09:40 – 10:20	● TAVOLA ROTONDA - AI, AUTO CONNESSE E NUOVA MOBILITÀ: QUALI PROSPETTIVE PER IL FUTURO? - Giuseppe Barbatì, deputy chairman and managing director di Acrisure Italia - Simonpaolo Buongiardino, presidente di Confcommercio Mobilità e Federmotorizzazione - Filippo Della Casa, chief innovation officer di Unipol Assicurazioni e amministratore delegato di Leithà - Sergio Savaresi, direttore del dipartimento di elettronica, informazione e bioingegneria del Politecnico di Milano
10:20 – 10:40	● GESTIRE I RISCHI NELL'RC AUTO - Intervento a cura di Crif
10:40 – 11:00	● UNDERWRITING, TARIFFE E PROPOSIZIONE COMMERCIALE - Marco Brachini, direttore marketing, brand and customer experience di Sara Assicurazioni - Francesca Di Paola, direttore attuariato di Sara Assicurazioni
11:00 – 11:30	● COFFEE BREAK
11:30 – 11:50	● RIFORMA RC AUTO: I NODI DA SCIogliere - Maurizio Hazan, partner dello Studio Thmr

Main sponsor



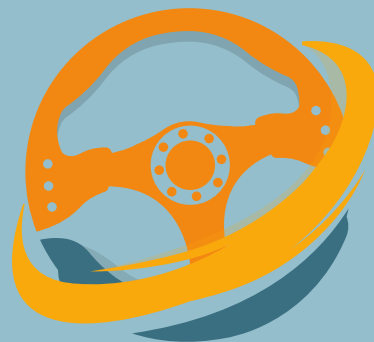
ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA



RC AUTO: COME CAMBIANO QUALITÀ, TUTELA DEL CLIENTE E RIGORE TECNICO

4 NOVEMBRE 2025 | 9:00 - 16:30



PROGRAMMA POMERIGGIO

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

- | | |
|---------------|--|
| 11:50 – 13:00 | <p>● TAVOLA ROTONDA – RC AUTO, COME CAMBIANO QUALITÀ, TUTELA DEL CLIENTE E RIGORE TECNICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daniela D'Agostino, chief property & casualty officer di Unipol Assicurazioni - Massimiliano D'Alleva, dirigente responsabile della direzione Fondo Strada e Caccia di Consap - Antonio De Pascalis, capo del servizio studi e gestione dati di Ivass - Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania |
| 13:00 – 14:00 | <p>● LUNCH</p> |
| 14:00 – 14:20 | <p>● INNOVAZIONE NEI PROCESSI DI GESTIONE SINISTRO:
DATI TECNICI, AI E AUTOMAZIONE A SERVIZIO DEL LIQUIDATORE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marco Amendolagine, head of product management, Europe & Apac di Cambridge Mobile Telematics |
| 14:20 – 15:00 | <p>● TAVOLA ROTONDA – L'EVOLUZIONE DEL CONTENZIOSO E IL CONTROLLO DELLE ATTIVITÀ ANTIFRODE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gianmarco di Campi, amministratore unico di Claim Expert - Lorenzo Fiori, responsabile antifrode di gruppo di Reale Mutua - Riccardo Gili, head of claims anti fraud, international, innovation and insurance procurement di Axa Italia - Giovanni Pascone, dirigente responsabile servizio Card e antifrode di Ania |
| 15:00 – 16:15 | <p>● GESTIONE DEI SINISTRI: INCERTEZZE, PROGETTI E OPPORTUNITÀ DA COGLIERE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Massimiliano Caradonna, senior vice president di Dekra Group - Daniele Ferraro, responsabile del servizio sinistri di Bene Assicurazioni - Michele Grilli, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni - Ivan Parlato, claims manager di Vittoria Assicurazioni - Pierluigi Pellino, head of motor and no motor claims di Generali Italia - Ferdinando Scoa, direttore sinistri e servizi del Gruppo Assimoco - Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni |
| 16:15 – 16:30 | <p>● Q&A</p> |

Main sponsor



ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA