



COMPANY PROFILE



Insurance
Connect

indexindexindex



dexindexindex

- **PRESENTATION**
- **VALUES**
- **MISSION**
- **ICT TOOLS**
- **THE TEAM**
- **CONTACTS**



PRESENTATION



PRESENTATION PR



Insurance Connect is a publication specialized in the insurance sector. It was founded in October 2011 following the intuition that there was a hidden need in this complex and continuously evolving field: to provide high quality, specialized, continuous, structured information in line with contemporary multi-medial and multi-channel communication. Thanks to these values, guaranteed by a team of capable and acknowledged experts, Insurance Connect immediately caught the sector's attention, and has gained a place of primary importance in the publishing world, distinguishing itself from other competitors already present.

Our main activity consists in the production and circulation of qualified information and updates, presented with multi-medial contents and circulated by means of tools differing in themes and language according to the categories of recipients. Part of our core business, too, is organizing conferences and forums, which are fundamental opportunities for discussion and training, together with the offer of content and media support in coincidence with events concerning the most important topics involving the insurance system.



VALUES

QUALITY OF INFORMATION

Our aim is to offer high quality information, capable of providing tools and contents for continuous in-depth analyses and updates. In order to implement this in an extremely specialized sector as insurance, a deep knowledge is necessary of the topics, norms, processes and strategic and decisional logics specific to this field.

We can rely on a specialized team of journalists with a solid experience in the field of information and a deep knowledge of the world of insurance.

SVALUESVA

INNOVATION

Our magazine is something new, founded in a time when communication is undergoing radical changes and is in many aspects continuously evolving: the tools, the way a product is used, the language, the types of target are radically different compared to a few years ago.

In order to create an effective ICT tool it is therefore necessary to be able to understand these changes and know how to structure a calibrated offer, by paying particular attention to each aspect.



MULTI-CHANNELLING and MULTIMEDIAILITY

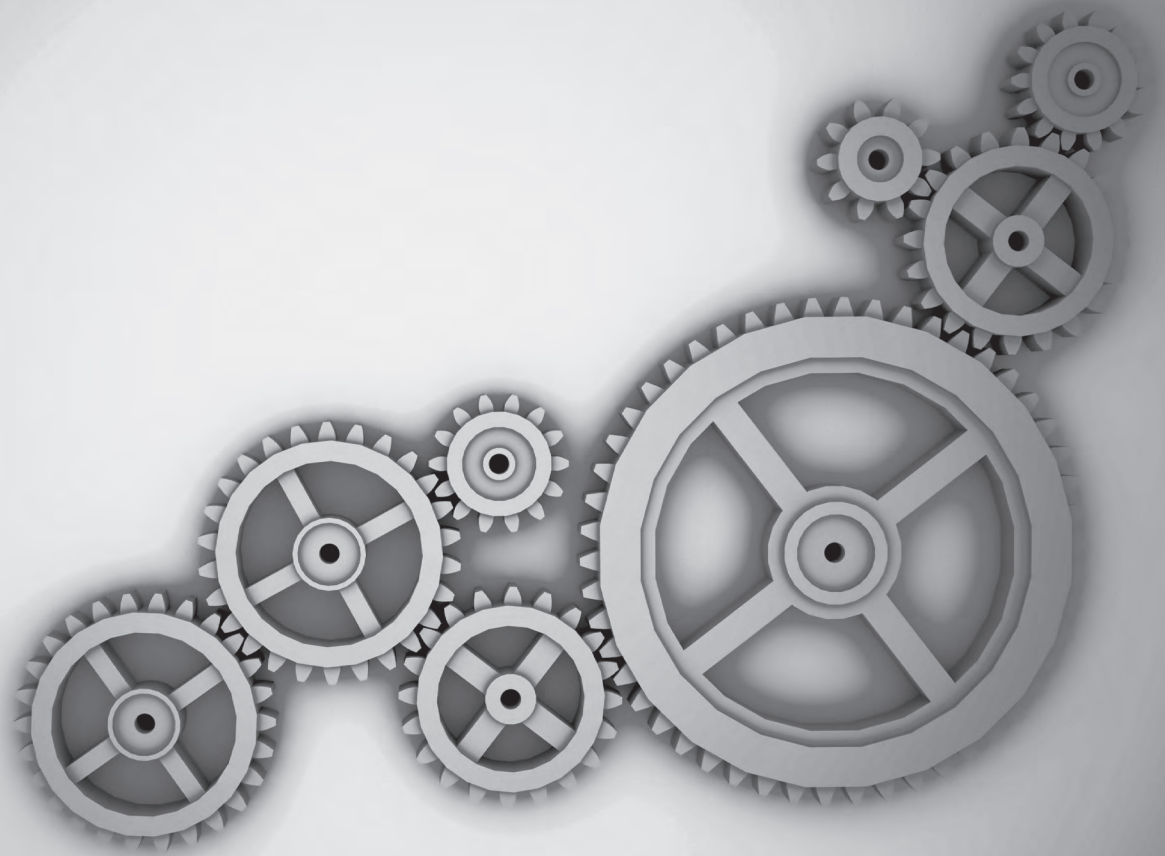
These are two of the features which make our magazine unique in the field of Italian insurance publishing.

Through our activity we have interpreted the trend towards innovation by working on the ways of conceiving, structuring and circulating information. Multi-channelling and multimedia represent the expression of an evolution in progress in the whole world of publishing, and which today can also be applied to the world of insurance. Insurance Connect meets this need by means of a multi-channelling offer, by circulating information:

- by using **TRADITIONAL** paper methods
- thanks to opportunities of direct contacts during **CONFERENCES**
- through the web and email, which are always accessible from any **COMPUTER**, **SMARTPHONE** and **TABLET**

Consistently with the evolution of communication, which is becoming more and more polyhedral, and in order to try and offer information as complete and varied as possible, we are counting on the combined use of different media, proposing contents in different forms which interact by integrating:

- **texts**
- **images**
- **VIDEOS**
- **blogs**
- **social networks**
- **surveys**
- **structured in-depth ANALYSES**



INDEPENDENCE

Insurance Connect is an independent and autonomous publication. We are aware that the insurance field plays an important social role because it concerns the protection of people and property. Our means of information aim at describing in a balanced and complete way the current situation of the insurance market and the economic system in which it operates, defining strategies, models and processes that are indispensable for all future scenarios.



MISSION

INFORMATION FOR THE SECTOR

Insurance Connect wants to be a point of reference for information and communication addressed to the world of insurance and the professionals working in it. Our b2b tools (Insurance Review, Insurance Trade and Insurance Daily) are therefore addressed to insurance companies, agents, brokers and mediators, category associations, banks and credit institutions, law offices, academicians, consultants and social welfare institutions. Our team of journalists every day guarantees high quality information, carefully treated in its content and form. Multi-channelling and multimedia, which distinguish our activity, widespread information and adapt it to all single needs; our publishing tools are based on web and mobile platforms and services, conferences, printed paper, and applications compatible with smart-phones and tablets. Many opportunities of discussion, updating and in-depth analyses are offered through:

- articles
- INQUIRIES and reports
- observatories
- interviews and VIDEO-INTERVIEWS
- ROUND TABLE CONFERENCES among sector protagonists
- CONFERENCES
- training events

ONMISSION



MISSIONMISSION



ICT TOOLS



insurance Trade[®]
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE
DB 

Prodotti e servizi
per il settore assicurativo

ICT TOOLS



Our ICT activity develops through a wide and multiform range of tools, differing as to periodicity, targets, the media used, and the topics dealt with.



Insurance Trade[®]
WWW.INSURANCETRADE.IT

THE ONLINE PLATFORM

Insurance Trade is our online platform, an information and discussion point for the whole Italian insurance community. A team of specialized journalists every day proposes and updates in real time fresh contents, organized in different forms (news, market data, observatories, analyses and inquiries, video and text interviews, sector researches).

Making this platform unique in the Italian world of insurance are the high quality of information, structured on various update levels and in-depth analyses, and the multimedia nature of the contents, as well as easy fruition by users, so that subscription to the portal is for free. An area of the site is dedicated exclusively to sector events, the coverage and circulation of which is ensured through live web broadcasts, videos and excerpts. In order to offer pluralistic information giving space to different opinions, the portal offer is sided by a Blog section, which can rely on the prestige of collaborators with a ten-year-long experience in the field of insurance.

Insurance Connect is also present within the community of the professional social network Linked-in with a company page and a group, in which every day articles and news from the insurance and financial world are proposed as suggestions for comments and debate. It also has a Twitter account and a dedicated Facebook page, updated every day.



october 2016

37.346
visits/month

101.828 pages
consulted a month

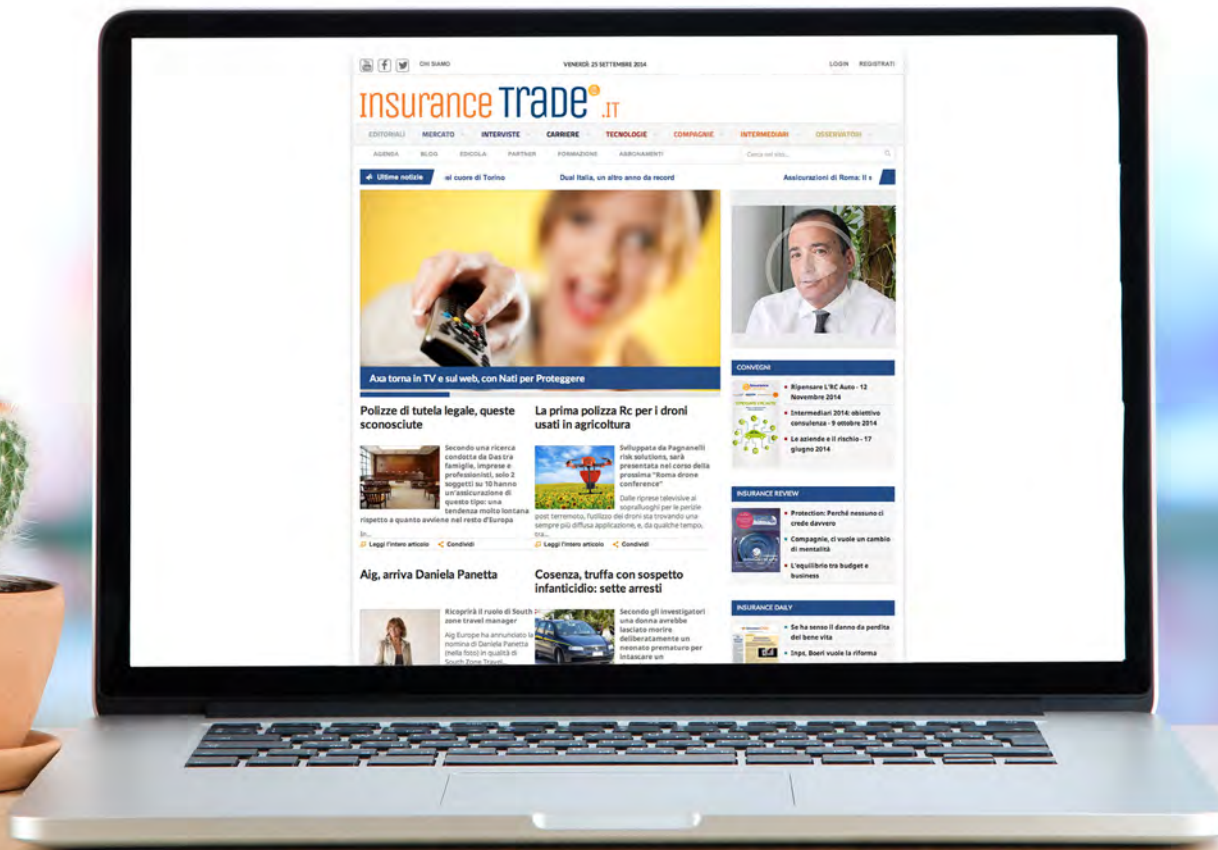


october 2016

6 NEW
CONTENTS
every day



Insurance trade



WEEKLY NEWSLETTER

This is our weekly information appointment; it is delivered every Thursday directly into the email boxes of the mailing list of portal subscribers. As an opportunity for overviewing the most important news of the week published on Insurance Trade, the newsletter enables even people who do not consult the portal every day to keep updated on issues, inquiries, and news from the world of insurance.

PRODUCTS AND SERVICES FOR THE INSURANCE SECTOR

Insurance DB is a new B2B instrument, an overview of all the services, products and specialized solutions conceived for the insurance sector. It's a unique and complete database, with a free access in a dedicated area of the website www.insurancetrade.it. It's organized by categories and it's provided with a detailed search engine.

The database contains all the companies that are in some way related to the insurance sector, each one present with his products and services. Insurance DB allows the users to find the answer to their business needs with focused researches, it provides contacts and gives access to a large variety of informations and documents.

The screenshot displays the Insurance Trade .IT website interface. At the top, there are social media icons (YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn) and the text "CHI SIAMO". The date "GIOVEDÌ: 19 FEBBRAIO 2015" is centered, and "LOGIN REGISTRATI" is on the right. The main header features the "Insurance Trade .IT" logo. Below the header is a navigation menu with categories: EDITORIALI, MERCATO, INTERVISTE, CARRIERE, TECNOLOGIE, COMPAGNIE, INTERMEDIARI, and OSSERVATORI. A secondary menu includes AGENDA, BLOG, EDICOLA, PARTNER, FORMAZIONE, and ABBONAMENTI. A search bar is located on the right with the placeholder "Cerca nel sito...".

The main content area is titled "DATABASE IMPRESE". It contains a descriptive paragraph: "Insurance DB è il nuovo strumento B2B di Insurance Connect per orientarsi nell'offerta di prodotti, servizi e soluzioni specializzate per il settore assicurativo, un data base unico, completo e dedicato esclusivamente al settore e agli addetti ai lavori. Grazie ad Insurance DB chi cerca una risposta alle esigenze dettate dalla propria operatività ha a disposizione l'elenco completo degli interlocutori sulla materia e può effettuare ricerche mirate, trovare contatti e avere accesso ad un maggior numero di informazioni e documentazione."

Below the text are two search sections:

- SERVIZI PRODOTTI SETTORE ASSICURATIVO**: Includes a green "Consulta" button, a search form with "AZIENDA" and "CATEGORIA PRIMO LIVELLO" dropdowns, and "Cerca" and "Cancella" buttons.
- PRODOTTI ASSICURATIVI**: Includes a blue "Consulta" button, a search form with "COMPAGNIA" and "CATEGORIA" dropdowns, and "Cerca" and "Cancella" buttons.

On the right side, there is a promotional banner for "Insurance Connect Convegno INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO". Below it is a "CONVEGNI" section with a list of events: "Innovazione tra conoscenza e servizio - 19 marzo 2015", "Ripensare L'RC Auto - 12 novembre 2014", and "Intermediari 2014: obiettivo consulenza - 09 ottobre 2014". At the bottom right, there is an "INSURANCE REVIEW" section with items like "Big Data: siamo solo all'inizio" and "Le sfide per il 2015".

binsurance db

INSURANCE



Prodotti e servizi
per il settore assicurativo

Insurance Trade .IT

EDITORIALI | MERCATO | INTERVISTE | CARRIERE | TECNOLOGIE | COMPAGNIE | INTERMEDIARI | OSSERVATORI

AGENDA | BLDG | EDICOLA | PARTNER | FORMAZIONE | ABBONAMENTI

Database Imprese / Servizi Prodotti Settore Assicurativo

Company	Products	Logo
Almaviva SpA	11 Prodotti presenti	
ALPHABET ITALIA FLEET MANAGEMENT SPA	3 Prodotti presenti	
Centro Investigativo Assicurativo s.r.l.	1 Prodotto presente	
DCA Consulting Srl	5 Prodotti presenti	
I.T.O. srl - Società del Gruppo Corvallis	1 Prodotto presente	
M.2S.C. Srl	2 Prodotti presenti	
Milliman S.r.l.	1 Prodotto presente	
Msa Multi Serass	1 Prodotto presente	
NTT DATA Italia S.p.a.	1 Prodotto presente	
per spa	2 Prodotti presenti	
Reitek S.p.A.	3 Prodotti presenti	
Towers Watson Italia S.r.l.	11 Prodotti presenti	
A&A Srl		

Insurance Connect
Convegno INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO

CONVEGNI

- Innovazione tra conoscenza e servizio - 19 marzo 2015
- Ripensare L'RC Auto - 12 novembre 2014
- Intermediari 2014: obiettivo: consulenza - 09 ottobre 2014

INSURANCE REVIEW

- Big Data: siamo solo all'inizio
- Le sfide per il 2015
- Expo 2015: tra problemi di sicurezza e tutele assicurative

INSURANCE DAILY

- Intesa Sanpaolo guarda al mondo della casa
- Fondi, 2014 ancora in crescita
- Contro i furti in casa nasce Sicuri e assicurati
- Image protect per la reputazione aziendale

INSURANCE DB

ACCEDI

DUAL



Insurance Daily

GIOVEDÌ 22 GENNAIO 2015 N. 640

PRIMO PIANO

Non nascere per un risarcimento

Più volte su questo giornale abbiamo parlato delle più assurde modalità per truffare le compagnie assicurative: le compagnie assicurative inceneriscono sinistri mai avvenuti, ma l'episodio venuto alla luce oggi in Calabria, se fosse effettivamente accertato in tutti i suoi macabri dettagli, obbligherebbe di gran lunga i limiti dello squallido. Indagando su una serie di presunte truffe per falsi incidenti, Polizia e Guardia di Finanza di Crotone si sono insediate nel caso di una donna (oggi trentasettenne) che nel 2012, mentre era incinta tra la 24ª e la 29ª settimana, ha simulato un incidente stradale e si è presentata al pronto soccorso di Corigliano Calabro, denunciando che il sinistro le aveva provocato la nascita prematura del bimbo. Secondo gli investigatori, la donna, con il suo consenso, è stata indotta a partorire prematuramente con la tecnica del "pinzamento". Nonostante il bambino fosse nato vivo, arrivato in ospedale non gli sarebbero state fornite le cure necessarie e sarebbe stato lasciato morire grazie alla complicità del medico del pronto soccorso. Una volta ricoverato l'indennizzato, medici e pazienti si sarebbero divisi i soldi del risarcimento ottenuto dall'assicurazione. Per leggere la notizia completa, clicca qui.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

Insieme, per e non contro

Non un nuovo sindacato, ma un progetto che dia una più ampia prospettiva agli agenti/intermediari, attraverso servizi che attraggano nuovi clienti e li fidelizzino nel tempo. Come ci spiega il cofondatore e presidente della neonata associazione, J.B. De La Salle

Arrestare il lento declino che gli agenti italiani stanno vivendo da diversi anni. Con questo obiettivo, **Fabrizio Rasimelli**, dai 1988 nel settore assicurativo, con **Winfurth Joggi UnipolSai** e due mandati (tra UnipolSai, Dual e Bang Assistance, ha costituito, assieme ad altri colleghi, **Giuseppe Perico**, **Leonardo Calabro** e **Piero Fedeli**, veri ispiratori del progetto, una nuova associazione, la **J.B. De La Salle**, della quale Rasimelli è presidente. Non si tratta di una nuova sigla sindacale, ma di un sogno imprenditoriale che vuole dare speranza e linfa commerciale alla categoria, aprendo a nuovi progetti di business per gli agenti italiani, indipendentemente dal marchio rappresentato.

Il 3 dicembre 2014 nasce, a Bologna, per iniziativa sua e di altri colleghi, l'associazione **Jean Baptiste De La Salle**, nome di un santo del '700, di cui lui è il presidente. Qual è la linea di demarcazione tra la neonata e **Sna, Anspa e Unispas**?

L'associazione non si fonda sulla scia di qualche organo sindacale già costituito o costituendo, poiché noi nasciamo per e non contro. Abbiamo già detto che non è nostra intenzione sostituirli alle rappresentanze da lei citate. Anzi, a tal proposito, sono del parere che gli agenti non sentano proprio la necessità di creare un nuovo soggetto politico ma, anzi, quelli esistenti andrebbero semplificati e rivisti nel numero e nel ruolo. Noi stiamo lavorando per realizzare un progetto che dia una più ampia prospettiva agli agenti/intermediari per il tramite di servizi da proporre alla propria clientela, integrare, sviluppare, completare le necessità dei clienti con vera capacità, preparazione, organizzazione e professionalità e con partner affidabili e duraturi nel tempo. Per fare cosa? Per continuare ad avere la piena fiducia del cliente, attingere di nuovi e renderli fidelizzati nel tempo.

Questa iniziativa da lei presieduta, non come il rischio di intralciare il percorso dell'altra associazione, da poco costituita da un gruppo agenti UnipolSai (Anai, staccatisi di recente da Sna)? Potrebbe apparire come un doppiopelo?

Non sono a conoscenza dei loro obiettivi ma se dovessero essere, come lei suppone, ripeto che le strade da percorrere saranno sicuramente diverse, di conseguenza non vedo alcun rischio, poiché mi piace ripetere: noi, De La Salle, lavoriamo per proporre ai nostri soci dei servizi da vendere ai propri clienti e non servirci da venditori ai propri associati. *(continua da pag. 2)*



Jean-Baptiste de La Salle
1671-1741



Fabrizio Rasimelli
presidente J.B. De La Salle

Insurance Daily

GIOVEDÌ 22 GENNAIO 2015 N. 640

(continua da pag. 1) Differenza, questa, che rende l'associazione unica nel panorama assicurativo italiano di oggi. Le direi di più: noi, questa, lo stiamo già facendo, ma non ce ne rendiamo conto e la presa d'atto avuta da un gruppo di agenti, forse solo più coroli di altri o più intraprendenti, ha portato rapidamente ad aggregare intorno all'associazione il 99% di colleghi a quali era stata illustrata l'iniziativa. Non non abbiamo la volontà di creare un nuovo soggetto politico che rappresenti la categoria, ma vorremmo contribuire a far vivere la categoria stessa. È un sogno? Forse, ma vale la pena farlo.

L'associazione De La Salle, si dice sia nata da voi con l'idea di una nuova entità aggregata, aperta a tutti gli agenti italiani, rappresentanti il brand di qualsiasi compagnia. Quale l'obiettivo futuro e le ragioni per allargare a tutti la partecipazione?

Un'obiettivo e l'esperienza avuta da qualcuno di noi, visionario all'inizio, è immediatamente diventato conto di un gruppo di colleghi, portando prima di tutto al coinvolgimento del nostro gruppo di marchio. All'inizio, non si era pensato a uno sterco, ma quando ci fosse stato, sarebbe stato facilmente dovuto dall'entusiasmo spontaneo dei tanti amici/colleghi rappresentanti di altri importanti marchi, che hanno mostrato grande interesse nel progetto. Perciò, l'argomento è avvenuto semplicemente per contagio o, per come amo dire, per speranza.

Uno degli scopi principali di questa nuova nascita associativa sarebbe quello di arrestare il lento declino che gli agenti italiani stanno vivendo da diversi anni. Le dispiacerebbe spiegare ai nostri lettori come fermare questa presunta deriva e con che mezzi?

Mi lasci prima precisare che il declino, da me citato in altre occasioni, non è imputabile alla categoria in generale o al singolo agente, ma alla naturale evoluzione dei tempi che ha reso l'attuale intermediario un po' stretto e dimotivato. Per anni, abbiamo assistito a una surreale discussione sulla paternità del cliente fra noi e le compagnie, con il rischio concreto che, oggi, il cliente non è di nessuno, al più si affida a se stesso, se saremo bravi, lo possiamo fare per qualche anno. Oggi, il potenziale cliente assicurativo è al centro di molte attenzioni commerciali di società che, fino a poco tempo fa, esercitavano esclusivamente altri business, mentre noi siamo rimasti ancorati a un vecchio e forse superato modello distributivo che non è stato capace di valorizzare il grande rapporto fiduciario che abbiamo con i nostri clienti. Detto ciò, viene facile adesso spiegare che qui sta tutta la missione dell'associazione, partendo dal fatto che anche noi agenti abbiamo fatto poco o nulla negli ultimi anni e, invece di stare al passo con i tempi, abbiamo preferito accontentarci, vivacchiare, stare in via e al mercato e non davanti o perfino al fianco. Strategia, questa, che ha di fatto mostrato i suoi limiti: facendoci vedere velocemente il baratro dell'infodiffusione, sia economica sia professionale. Da qui, il nostro scatto di ieri e i mezzi che lei mi chiede saranno i più ideati possibili, accordi trasparenti che garantiscano l'associazione, l'associato e l'azienda partner, servizi che possono essere complementari al nostro mondo, ma anche innovativi, ma, poiché sono in via di definizione proprio in questi giorni, per rispetto dei nostri associati e partner coinvolti, mi permetta di rispondere a questa parte di domanda in una prossima, spero presto, intervista.

Carlo Barin

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Hyperion Insurance, nel 2014 ricavi a 199 milioni di sterline

Per **Hyperion Insurance**, il 2014 è stato un anno contraddistinto dalla crescita. Il gruppo internazionale di intermediazione assicurativa, presente nel nostro Paese con **Dual Italia**, ha comunicato i propri risultati finanziari al 30 settembre 2014. I dati di chiusura dell'anno fiscale mostrano una crescita dei ricavi complessivi a 199 milioni di sterline (+19% sul 2013), con un tasso di crescita organica sostanziale del 7%. In crescita (+20%) anche l'attività, che si è attestata a quota 43,2 milioni di sterline (ora a 35,5 milioni nel 2013), mentre il margine operativo rimane stabile al 22%.

Il board ha staccato un dividendo di 4 pence per azione.

“Aver sborsato i 200 milioni di ricavi - spiega il gruppo - è il grande orgoglio di **Hyperion Insurance**, **David Howden** - testimonia quarta strada abbiamo fatto fino a oggi. La nostra strategia, incentrata sulla crescita organica e su una serie di acquisizioni mirate, ci ha permesso di costruire un business solido e bilanciato sia sul fronte del brokeraggio retail e wholesale - osserva **Howden** - sia sul versante della sottoscrizione, attraverso la nostra struttura di underwriting”.

yinsurance dai



DAILY B2B INFORMATION

This is our daily information appointment, addressed to the entire insurance community, which enables people to be constantly informed on important sector news. It is addressed to companies (with in-depth analyses addressing all company functions), insurance agents, brokers, risk managers, as well as operators in the economic, financial, banking, and juridical fields. It is a digital daily newspaper of four pages, in PDF format, with an organized programme schedule including:

- news of the day
- COLUMNS
- articles by SECTOR EXPERTS
- UPDATES on laws and norms
- weekly supplements
- studies and researches
- IN-DEPTH ANALYSES
- advance information



6.200
READERS
a day

It is delivered for free by email from Monday to Friday to portal subscribers, and it can be consulted directly online, from computers and mobile devices, or printed out on paper for more traditional reading.

insurance review



PERIODIC INFORMATION FOR THE SECTOR

Insurance Review, a monthly b2b review, founded at the beginning of 2013, young and innovative in its conception, is a successful presence in the world of Italian insurance ICT. Appreciated for the quality of its contents and dynamical and easy to read graphical layout, it addresses the whole sector and professional figures involved in the insurance, juridical and financial world, with the aim of offering in-depth, updated and unbiased information. Owing to the variety and quality of its contents, it is widely considered a true and proper tool for training, updating and in-depth analyses. It presents the evolving scenarios of the market, analyses concerning main business trends and the dynamics related to the most important topics concerning the insurance field. More specifically, articles regard:

- **STRATEGIES**
- **ANALYSES and MARKET data**
- **AGREEMENTS and COLLABORATIONS**
- **ORGANIZATIONAL and OPERATIONAL models**
- **distribution POLICIES**
- **Evolution of PRODUCTS**

ewinsurance re



- **NORMS**
- **IN-DEPTH ANALYSES**
- **opinions and COMMENTS**
- **INTERVIEWS with sector protagonists**
- **CASE STUDY**

Insurance Review is online with a dedicated website, in which readers can find all the articles and contents of the magazine. It can also be consulted from tablets and smart-phones thanks to the homonymous App, which is compatible with Android and Ios systems. Moreover, Insurance Review is present on social media with a Twitter profile and a Facebook page.

MONTHLY

10 issues per year

distribution

- on **SUBSCRIPTION**
- at sector **CONFERENCES**
- on **TABLETS and SMART-PHONES** with a dedicated App

ferencesconfe



ICT TOOLS ICT TOOLS

ferencesconferen

The organizing of conferences by Insurance Connect, in continuous development and evolution, further enhances our activities. Conferences are addressed to a specialized audience (companies, in all their functions, mediators, consultants and sector operators) but are also open to professional figures coming from the economic, industrial, financial, juridical and professional training world. Besides representing an important chance for

direct meetings and discussions, our events are true and proper opportunities for training and updating. Topics are chosen among the issues of greatest interest and relevance, with the aim of interpreting as best as possible current changes and hidden needs. Content level is ensured thanks to the involvement of representatives of prestige in insurance, economic and juridical fields as speakers.



conference and

Besides conferences, Insurance Connect is active in giving support and being present as partners in coincidence with other sector events, such as, for example, round tables and observatories. Our competencies enable us to individuate the most important topics, the way to approach them, and the most suitable speakers for dealing with them. Said activity can be completed by coordinated and multi-channel broadcasts of the events, thanks to our ICT tools.



d round tablec





THE TEAM



TEAM THE TE

*“Gathering together is a beginning,
staying together is a progress...
working together is a success.” (Henry Ford)*



Not even the best ideas can be implemented in a structured project and evolve with time without an effective and competent team. We can count on a team made up of professionals with different backgrounds, working with collaborative mindsets and synergy aimed at achieving shared goals. The journalists who take part in the project have a deep and experienced knowledge of the insurance sector, and the know-how indispensable for interpreting the dynamics of the market and circulating them according to the ideas of multi-channelling and multimediality.



CONTACTS



Insurance Connect Srl
Via Montepulciano, 21 – 20124 Milano
T +39 02 3676 8000
F +39 02 3676 8004
info@insuranceconnect.it
www.insurancetrade.it

CTSCONTACT