

# L'INNOVAZIONE PER CRESCERE

Valorizzazione delle informazioni, dei canali distributivi e dell'offerta assicurativa.

Da qui partono le strategie per lo sviluppo del settore e per una nuova relazione con il cliente

Milano, 19 marzo 2014

Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61 - 9.00/17.00

Con la partecipazione di:

**Marco Brachini,**

*direttore marketing di Sara Assicurazioni*

**Ferdinando Boschi,**

*managing director di Art*

**Giovanni Campus,**

*direttore generale di Msa Multi Serass*

**Enrico Cavallari,**

*direttore marketing e digital business di Axa Assicurazioni*

**Roberto Felici,**

*direttore marketing di Allianz Italia*

**Maurizio Ghiloso,**

*amministratore delegato di Dual Italia*

**Mauro Giacobbe,**

*amministratore delegato di Facile.it*

**Sonia Grieco,**

*sales & marketing manager Previnet*

**Andrea Guerra,**

*managing director di Kube Partners*

**Massimiliano Maggioni,**

*partner di Excellence Consulting*

**Marianna Petitta,**

*responsabile sviluppo business danni di Groupama Assicurazioni*

**Vittorio Pini,**

*responsabile prodotti danni di UnipolSai*

**Michele Quaglia,**

*responsabile sviluppo rete di Reale Mutua*

**Marco Rossi,**

*head of sales & marketing di D.A.S.*

**Valeria Sandei,**

*amministratore delegato di Almaviva Gruppo Almaviva*

**Carlo Scarbolo,**

*responsabile Sviluppo business e Crm, Società Cattolica di Assicurazione*

**Alessandro Scarfò,**

*amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura*

**Bruno Scaroni,**

*chief distribution officer di Generali Italia*

**Luca Sina,**

*direttore vendite rete agenti Zurich*

**Massimiliano Sodano,**

*principal di Boston Consulting*

**Gianluca Verraz,**

*Technology Center Director, RGI Group*

La capacità di innovare è una leva competitiva che richiede interventi trasversali all'interno delle compagnie di assicurazioni, verso i canali distributivi e verso la clientela. Non solo il numero, ma anche la natura, la provenienza e le dinamiche di approccio al mercato stanno velocemente cambiando suggerendo che chi non saprà adeguarsi a questo cambiamento è destinato a "retrocedere" rispetto ai competitor, con conseguenze più gravi rispetto al passato.

Il punto di partenza per affrontare questa evoluzione è la ricchezza dell'informazione, con il valore che solo la tecnologia sembra essere in grado di garantire, che il settore dimostra di non aver ancora sfruttato appieno. Ma serve anche individuare un contesto strategico e operativo che comprenda un insieme di fattori: la proposizione dell'offerta, la componente di servizio, il modello distributivo e la relazione con il cliente. Il 2014 si apre con mille sfide per le compagnie, in cui l'obbligo legislativo è una voce determinante. Ma non l'unica spinta all'azione. Tutto dipenderà da come il settore saprà affrontare la sfida strategica dell'innovazione per ridisegnare l'industria e ricercare ambiti profittevoli su cui crescere in futuro.

## Il convegno si propone di analizzare:

1. Le strategie e gli ambiti di intervento capaci di apportare, nella ricerca di innovazione, un reale valore competitivo;
2. Il ruolo della tecnologia intesa come motore di crescita nella gestione/profittabilità dell'impresa, del ramo Auto (sinistri e antifrode), dell'area marketing e commerciale, ecc.;
3. Le opportunità di sviluppo dell'offerta assicurativa e della componente di servizio;
4. L'evoluzione dei modelli distributivi e della relazione con il cliente;
5. La comunicazione e il linguaggio dell'assicurazione;
6. Le condizioni di mercato necessarie per trasformare l'idea di innovazione in iniziative concrete.

## PROGRAMMA

### Chairman Maria Rosa Alaggio

*Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 10.00 – **Innovazione: come ridisegnare l'industria e la sua profittabilità**

*Massimiliano Sodano, principal di Boston Consulting*

10.00 - 10.30 – **Customer centric experience**

*Valeria Sandei, amministratore delegato di Almaxwave Gruppo Almaxviva*

10.30 - 11.00 – **L'innovazione secondo Generali Italia**

*Intervista a Bruno Scaroni, chief distribution officer*

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.00 – **Detector: la nuova frontiera nel contrasto alle frodi assicurative**

*Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multi Serass;  
Andrea Guerra, managing director di Kube Partners*

12.00 - 13.00 – TAVOLA ROTONDA: **Tecnologia e canali distributivi**

Dai provvedimenti legislativi alla capacità di rimettersi in gioco

Intervengono:

*Mauro Giacobbe, amministratore delegato di Facile.it*

*Marianna Petitta, responsabile sviluppo business danni di Groupama Assicurazioni*

*Michele Quaglia, responsabile sviluppo rete di Reale Mutua*

*Marco Rossi, head of sales&marketing di D.A.S*

*Carlo Scarbolo, responsabile Sviluppo business e Crm, Società Cattolica di Assicurazione*

13.00 - 13.50 – Lunch

13.50 - 14.00 – **Le nuove frontiere della ricerca**

*Ferdinando Boschi, managing director di Art*

14.00 - 14.30 – **Come cambia l'offerta assicurativa**

*Massimiliano Maggioni, partner di Excellence Consulting*

14.30 - 15.00 – **Conoscere il cliente significa anticiparne i bisogni assicurativi**

*Sonia Grieco, sales & marketing manager Previnet*

15.00 - 15.30 – **L'innovazione verso nuovi target di clientela: l'importanza della specializzazione e del servizio**

*Maurizio Ghilosso, amministratore delegato di Dual Italia*

15.30 - 16.00 – **Big Data, la rivoluzione a portata di business**

*Gianluca Verraz, Technology Center Director, RGI Group*

16.00 - 17.00 – TAVOLA ROTONDA: **L'innovazione nei prodotti Auto, danni e vita**

Così cambia la relazione con il cliente

Intervengono:

*Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni*

*Enrico Cavallari, direttore marketing e digital business di Axa Assicurazioni*

*Roberto Felici, direttore marketing di Allianz Italia*

*Vittorio Pini, responsabile prodotti danni di UnipolSai*

*Alessandro Scarfò, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo Assicura*

*Luca Sina, direttore vendite rete agenti Zurich*