



COMPANY PROFILE



Insurance
Connect

ndice indice indi



ceindiceindice

- **PRESENTAZIONE**
- **VALORI**
- **MISSION**
- **STRUMENTI**
- **LA SQUADRA**
- **CONTATTI**



PRESENTAZIONE



PRESENTAZIONE



Insurance Connect è una realtà editoriale specializzata nelle tematiche del settore assicurativo. Nasce nell'ottobre 2011 dall'intuizione di un'esigenza latente in questo ambito complesso ed in continua evoluzione: fornire un'informazione di alta qualità, specialistica, continuativa, strutturata e in linea con la comunicazione contemporanea, cioè multimediale e multicanale. Grazie a questi valori, garantiti da un team di professionisti esperti e riconosciuti, Insurance Connect ha guadagnato da subito l'attenzione del settore e ha conquistato un posto di primaria importanza nel panorama editoriale, distinguendosi dai competitor già presenti.

L'attività principale consiste nella produzione e divulgazione di informazioni e aggiornamenti qualificati, presentati con contenuti multimediali e veicolati attraverso strumenti che differiscono nei temi e nel linguaggio a seconda delle categorie di destinatari. Fa parte del nostro core business anche l'organizzazione dei convegni e tavole rotonde, fondamentali occasioni di confronto e formazione, a cui si unisce l'offerta di supporto contenutistico e media in occasione di eventi sui più importanti temi che coinvolgono il sistema assicurativo.



VALORIVA

QUALITÀ DELL'INFORMAZIONE

Il nostro obiettivo è offrire un'informazione qualitativamente elevata, capace di fornire con continuità strumenti e contenuti di approfondimento e aggiornamento. Per garantire ciò, in un settore estremamente specialistico come quello delle assicurazioni, è necessaria una profonda conoscenza delle tematiche, delle normative, dei processi e delle logiche strategiche e decisionali specifiche di questo ambito.

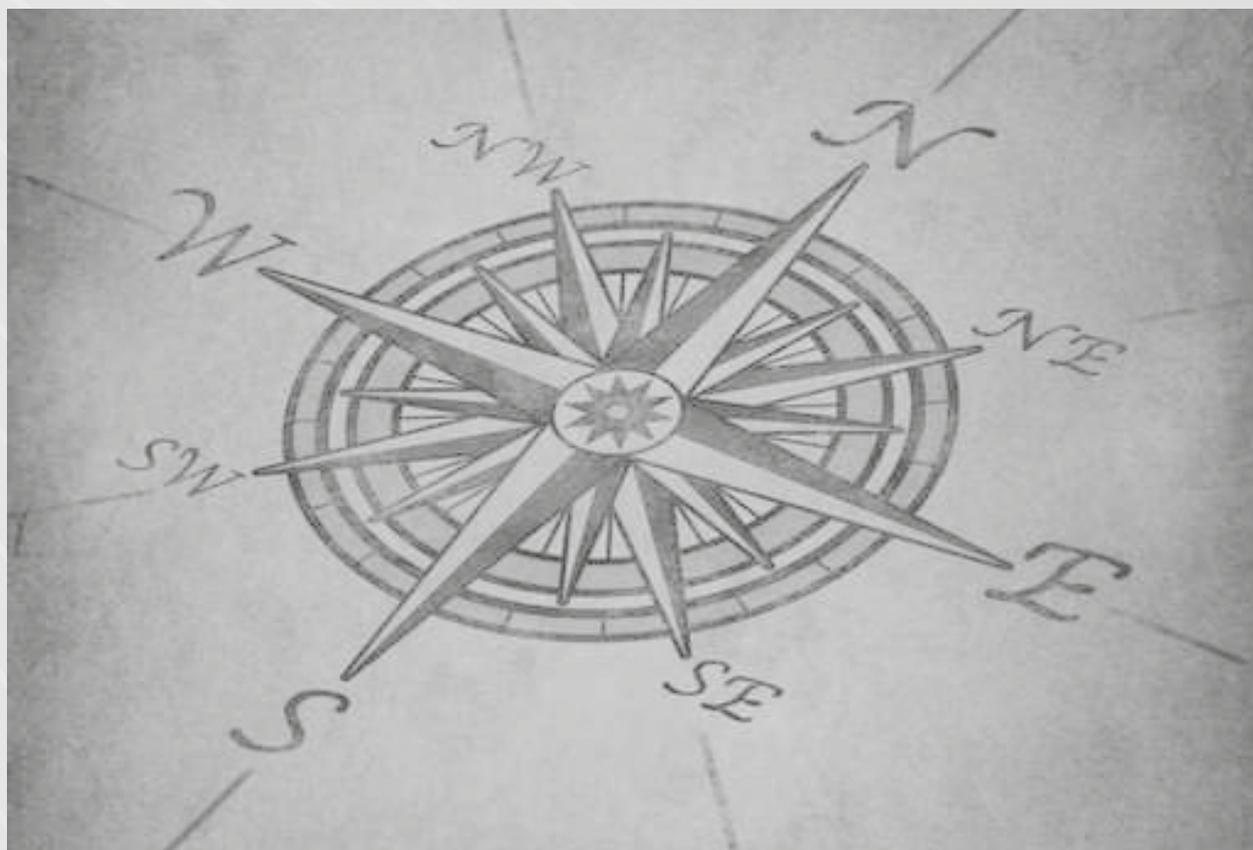
Possiamo contare su un team giornalistico specializzato, con una solida esperienza nel settore dell'informazione e una profonda conoscenza del mondo assicurativo.

IVALORIVA

INNOVAZIONE

La nostra è una realtà nuova, nata in un periodo in cui la comunicazione attraversa cambiamenti radicali ed è in continua evoluzione sotto molti aspetti: gli strumenti, le modalità di fruizione, il linguaggio, le tipologie di target sono radicalmente diversi rispetto a pochi anni fa.

Per creare uno strumento informativo efficace è perciò necessario saper comprendere questi cambiamenti e saper strutturare un'offerta calibrata, costruita valutando attentamente ogni aspetto.



MULTICANALITÀ e MULTIMEDIALITÀ

Sono due delle caratteristiche che rendono la nostra una realtà unica nel panorama editoriale assicurativo italiano.

Attraverso la nostra attività abbiamo interpretato la spinta all'innovazione intervenendo sulle modalità di concezione, struttura e divulgazione dell'informazione. Multicanalità e multimedialità rappresentano l'espressione di un'evoluzione in atto in tutto il mondo dell'editoria, che oggi siamo in grado di concretizzare e applicare anche al mondo assicurativo. Insurance Connect risponde a questa esigenza con un'offerta multicanale, veicolando le informazioni:

- sul **TRADIZIONALE** supporto cartaceo
- con occasioni di incontro diretto durante i **CONVEGNI**
- tramite web ed email, accessibili in ogni momento da qualunque **COMPUTER, SMARTPHONE e TABLET**

Coerentemente con l'evoluzione della comunicazione, sempre più poliedrica, e per cercare di offrire un'informazione il più possibile completa e varia, puntiamo sulla multimedialità, proponendo i contenuti in diverse forme, che interagiscono integrando:

- **testi**
- immagini
- **VIDEO**
- **blog**
- social network
- sondaggi
- **APPROFONDIMENTI strutturati**



MISSION

L'INFORMAZIONE PER IL SETTORE

Insurance Connect intende porsi come punto di riferimento per l'informazione e la comunicazione dirette alla comunità assicurativa e ai professionisti che gravitano intorno ad essa. I nostri strumenti b2b (**Insurance Review**, **Insurance Trade** e **Insurance Daily**) si rivolgono quindi a compagnie assicurative, agenti, broker e intermediari, associazioni di categoria, banche e istituti di credito, studi legali, accademici, consulenti ed enti previdenziali. Il nostro team di giornalisti garantisce quotidianamente un'informazione di qualità, attentamente curata nei contenuti e nella forma. La multimedialità e la multicanalità, tratti distintivi della nostra attività, rendono la comunicazione capillare e adattabile alle singole esigenze: i nostri strumenti editoriali sono basati su piattaforme e servizi web e mobile, convegni, carta stampata, applicazioni compatibili con smartphone e tablet. Molteplici le possibilità di confronto, aggiornamento e approfondimento attraverso:

- articoli
- INCHIESTE e report
- osservatori
- interviste e VIDEOINTERVISTE
- TAVOLE ROTONDE
tra i protagonisti del settore
- CONVEGNI
- appuntamenti formativi

ONMISSION



MISSIONMISSION



STRUMENTI



insurance Trade[®]
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE
DB 

Prodotti e servizi
per il settore assicurativo

IENTISTRU



 Insurance Daily



La nostra attività informativa e comunicativa si svolge attraverso una gamma ampia e multiforme di strumenti, che si differenziano per periodicità, target, mezzo utilizzato, temi affrontati.

Insurance Trade[®]
WWW.INSURANCETRADE.IT

LA PIATTAFORMA ONLINE

Insurance Trade è la nostra piattaforma online, punto di informazione e confronto per tutta la community assicurativa italiana. Un team di giornalisti specializzati propone quotidianamente e aggiorna in tempo reale contenuti inediti, articolati in diverse forme (news, dati di mercato, osservatori, analisi e inchieste, interviste video e testuali, ricerche di settore).

A rendere questa piattaforma un unicum nel panorama assicurativo italiano sono l'alta qualità dell'informazione, strutturata in più livelli di aggiornamento e approfondimento, e la multi-medialità dei contenuti, oltre alla semplicità di fruizione da parte dell'utente, per cui l'iscrizione al portale è gratuita. Un'area del sito è dedicata esclusivamente agli eventi del settore, la cui copertura e divulgazione è garantita tramite dirette web, video ed estratti contenutistici. Per un'informazione pluralistica che dia spazio a più voci l'offerta del portale è arricchita dalla sezione *Blog*, che può contare sull'autorevolezza di collaboratori con esperienza decennale nel settore assicurativo.

Insurance Connect raggiunge gli utenti anche tramite i social network, grazie a Twitter e a una pagina Facebook costantemente aggiornati con le novità pubblicate sul sito. È inoltre presente sul social network professionale LinkedIn con una pagina aziendale e un gruppo, in cui vengono quotidianamente proposti articoli e notizie dal mondo assicurativo e finanziario come spunti di riflessione e confronto.



dicembre 2013

20.000
visite/mese

90.000 pagine
viste al mese

dicembre 2013



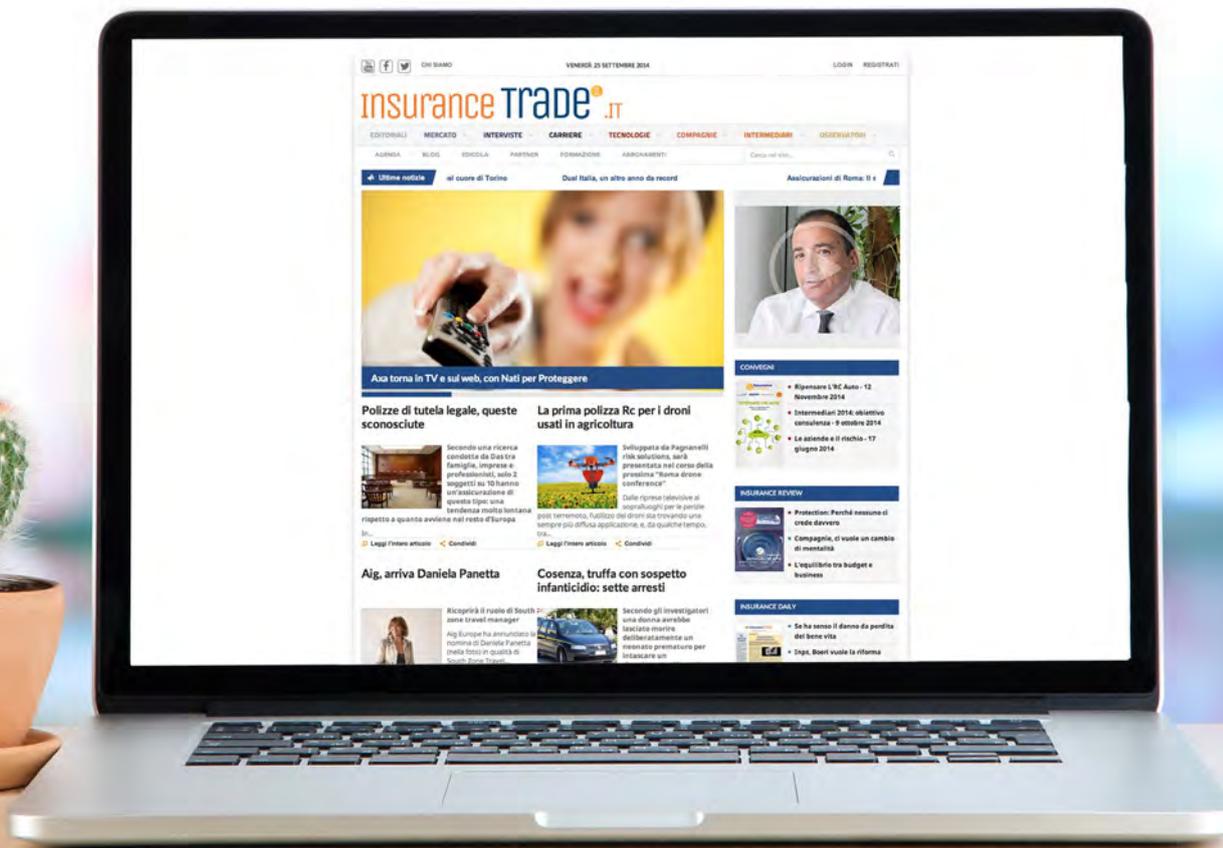
dicembre 2013

4 min e 50 sec
tempo medio
VISITA

6 NUOVI
CONTENUTI
al giorno



Insurance trade



NEWSLETTER SETTIMANALE

È l'appuntamento informativo settimanale, viene spedita ogni giovedì direttamente nella casella email degli iscritti alla mailing list del portale. Momento di riepilogo delle notizie più importanti della settimana pubblicate su Insurance Trade, la newsletter permette anche a chi non consulta quotidianamente il portale di rimanere aggiornato su problematiche, inchieste e novità provenienti dal mondo assicurativo.

PRODOTTI E SERVIZI PER IL SETTORE ASSICURATIVO

Insurance DB è il nuovo strumento B2B di Insurance Connect per orientarsi nell'offerta di prodotti, servizi e soluzioni specializzate per il settore assicurativo. È un database unico, completo e dedicato al settore e agli addetti ai lavori, liberamente accessibile dal sito www.insurancetrade.it in un'area dedicata. È organizzato in categorie e dotato di un raffinato motore di ricerca. Il database è costituito da tutte le imprese che si

relazionano a vario titolo con il mondo assicurativo, ognuna presente con i propri prodotti e/o servizi. Grazie ad Insurance DB chiunque cerchi 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.

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" and contains a descriptive paragraph about the B2B tool. Below this, there are two search filters:

- SERVIZI PRODOTTI SETTORE ASSICURATIVO:** Includes a "Consulta" button and a search form with dropdowns for "AZIENDA" and "CATEGORIA PRIMO LIVELLO".
- PRODOTTI ASSICURATIVI:** Includes a "Consulta" button and a search form with dropdowns for "COMPAGNIA" and "CATEGORIA".

Both search forms have "Cerca" and "Cancella" buttons. On the right side, there is a promotional banner for "Insurance Connect Convegno INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO". Below the banner is a "CONVEGNI" section listing events such as "Innovazione tra conoscenza e servizio - 19 marzo 2015" and "Ripensare L'RC Auto - 12 novembre 2014". At the bottom right, there is an "INSURANCE REVIEW" section with articles 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

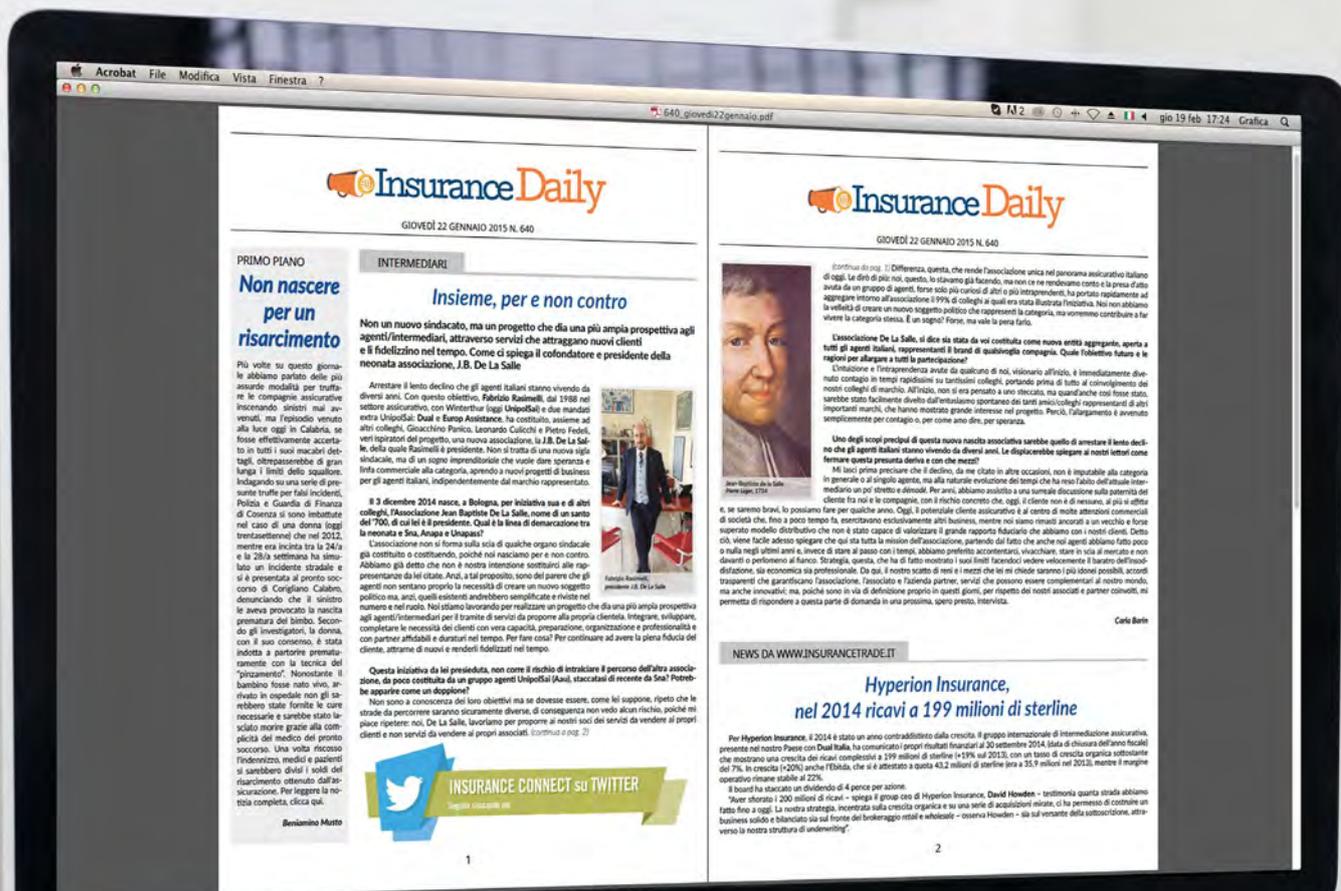
AGENDA | BLOG | EDICOLA | PARTNER | FORMAZIONE | ABBONAMENTI

Cerca nel sito...

DATABASE IMPRESE

HAI CERCATO:
Database Imprese / Servizi Prodotti Settore Assicurativo

Almaviva SpA 11 Prodotti presenti		
ALPHABET ITALIA FLEET MANAGEMENT SPA 3 Prodotti presenti		CONVEGNI <ul style="list-style-type: none">Innovazione tra conoscenza e servizio - 19 marzo 2015.Ripensare L'RC Auto - 12 novembre 2014Intermediari 2014: obiettivo: consulenza - 09 ottobre 2014
Centro Investigativo Assicurativo s.r.l. 1 Prodotti presenti		ARCHIVIO CONVEGNI → VAI
DCA Consulting Srl 5 Prodotti presenti		INSURANCE REVIEW <ul style="list-style-type: none">Big Data: siamo solo all'inizioLe sfide per il 2015Expo 2015: tra problemi di sicurezza e tutele assicurative
I.T.O. srl - Società del Gruppo Corvallis 1 Prodotti presenti		INSURANCE REVIEW → VAI ABBONATI ALLA RIVISTA → VAI
M.2S.C. Srl 2 Prodotti presenti		INSURANCE DAILY <ul style="list-style-type: none">Intesa Sanpaolo guarda al mondo della casaFondi, 2014 ancora in crescitaContro i furti in casa nasce Sicuri e assicuratiImage protect per la reputazione aziendale
Milliman S.r.l. 1 Prodotti presenti		ARCHIVIO DAILY → VAI
Msa Multi Serass 1 Prodotti presenti		INSURANCE DB
NTT DATA Italia S.p.a. 1 Prodotti presenti		
per spa 2 Prodotti presenti		
Reitek S.p.A. 3 Prodotti presenti		
Towers Watson Italia S.r.l. 11 Prodotti presenti		
A&A Srl		



PRIMO PIANO

Non nascente per un risarcimento

Più volte su questo giornale abbiamo parlato delle più assurde modalità per truffare le compagnie assicurative. Incentrando i sinistri sui avvenimenti, 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 Cosenza si sono insediati nel caso di una donna (leggi 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 "pizzamento". 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 Raimelli**, dai 1988 nel settore assicurativo, con Winterthur (oggi UnipolSai) e due mandati extra UnipolSai: Dual e Bang Assistance, ha costituito, assieme ad altri colleghi, **Giacchino Perico**, Leonardo Calosci e Pietro Fedeli, veri ispiratori del progetto, una nuova associazione, la **J.B. De La Salle**, della quale Raimelli 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.



Fabrizio Raimelli, presidente J.B. De La Salle

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 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 né rappresentarci 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, attraverso 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 (Anzi, staccatisi di recente da Sna? Potrebbe apparire come un doppiopio?

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: no). 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 a pag. 2)

 **INSURANCE CONNECT SU TWITTER**
Seguici su @insurance_daily

Insurance Daily

GIOVEDÌ 22 GENNAIO 2015 N. 640



J.B. De La Salle

(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 curati di altri e più intraprendenti, ha portato rapidamente ad aggregare intorno all'associazione il 99% di colleghi a quali era stata riservata l'iscrizione. 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.

Esclusione De La Salle: si dice sia stata da voi costituita come nuova entità aggregata, aperta a tutti gli agenti italiani, rappresentanti il brand di qualunque compagnia. Quali obiettivi futuro e le ragioni per allargare a tutti la partecipazione?

Un'azione e l'irreversibilità avute da quaranta di noi, visionari all'inizio, è immediatamente diventato contagio in tempi rapidissimi su tantissimi colleghi, portando prima di tutto al coinvolgimento dei nostri colleghi di marchio. All'inizio, non si era pensato a uno mercato, ma quando anche così 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 e al singolo agente, ma alla naturale evoluzione dei tempi che ha reso l'attuale intermediario un po' stretto e demotivato. Per anni, abbiamo assistito a una summa 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, 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 o al mercato e non divertirci o perfino a rilanciare. Strategia, questa, che ha di fatto mostrato i suoi limiti: l'andamento dell'industria, sia economica sia professionale. Da qui, il nostro scatto di mesi e i mezzi che lei mi chiede saranno i più idonei possibili, accordi trasparenti che garantiscano l'associazione, l'associato e l'azienda partner, servizi che possano 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 Bello

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. (Nota di chiusura dell'anno fiscale) che 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 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. "Avere 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



L'INFORMAZIONE QUOTIDIANA B2B

È l'appuntamento informativo quotidiano, indirizzato a tutta la community assicurativa, che consente di essere aggiornati costantemente sulle notizie clou del settore. Si rivolge a compagnie (con approfondimenti indirizzati a tutte le funzioni aziendali), ad agenti assicurativi, broker, risk manager, così come a operatori del settore economico, finanziario, bancario, giuridico e legale. È un quotidiano digitale di quattro pagine, in formato PDF, con un articolato palinsesto di:

- notizie del giorno
- RUBRICHE
- interventi di ESPERTI DEL SETTORE
- AGGIORNAMENTI su leggi e norme
- inserti settimanali
- studi e ricerche
- APPROFONDIMENTI
- anticipazioni



4.900
LETTORI
al giorno

Viene spedito gratuitamente via mail dal lunedì al venerdì agli iscritti al portale ed è consultabile direttamente online, da computer e su dispositivi mobile, oppure stampabile per una più tradizionale lettura in formato cartaceo.

insurance review



L'INFORMAZIONE PERIODICA PER IL SETTORE

Insurance Review, rivista mensile b2b nata all'inizio del 2013, giovane e innovativa nella concezione, è ormai una certezza nel panorama dell'informazione assicurativa italiana. Apprezzata per la qualità dei contenuti e per l'impostazione grafica dinamica e di immediata interpretazione, si rivolge all'intero settore e alle figure professionali che gravitano intorno al mondo assicurativo, giuridico e finanziario, con l'obiettivo di offrire un'informazione approfondita, aggiornata ed imparziale. Per la varietà e la qualità dei contenuti viene da molti considerato come un vero e proprio strumento formativo, di aggiornamento e approfondimento.

Presenta scenari evolutivi del mercato, analisi dei principali trend di business, analisi delle dinamiche relative alle più importanti tematiche che riguardano l'ambito assicurativo. Più specificatamente

gli articoli riguardano: [lista]

Insurance Review è presente anche online con un sito totalmente dedicato, in cui i lettori possono trovare gli articoli, gli approfondimenti e i contenuti della rivista.

È consultabile anche da tablet e smartphone grazie all'omonima App compatibile con i sistemi Android e iOS, ed è presente sui social media tramite la pagina dedicata Facebook e il profilo Twitter.



- STRATEGIE
- ANALISI e dati di MERCATO
- ACCORDI e collaborazioni
- modelli ORGANIZZATIVI e OPERATIVI
- POLITICHE distributive
- evoluzione di PRODOTTO
- NORMATIVE
- APPROFONDIMENTI tematici
- opinioni e COMMENTI
- INTERVISTE ai protagonisti del settore
- CASE STUDY

MENSILE

10 numeri
all'anno

distribuzione

- in ABBONAMENTO
- ai CONVEGNI di settore
- su TABLET e SMARTPHONE con l'App dedicata

convegno convegno



STRUMENTI STRU

Convegni convegni convegni

L'organizzazione di convegni di Insurance Connect, in continuo sviluppo ed evoluzione, arricchisce ulteriormente la nostra attività. I convegni si rivolgono ad un pubblico specializzato (compagnie, in tutte le funzioni aziendali, intermediari, consulenti e operatori di settore) con apertura a figure professionali provenienti dal mondo economico, industriale, finanziario, giuridico-legale e della formazione. Oltre a rappresentare un'importante occasione di incontro e confronto diret-

to, i nostri eventi sono veri e propri momenti di formazione e aggiornamento. Le tematiche vengono scelte tra gli argomenti di attualità e maggiore interesse, con l'obiettivo di interpretare al meglio i cambiamenti in atto e le necessità latenti. Il livello dei contenuti viene garantito grazie al coinvolgimento, in qualità di relatori, di rappresentanti di spicco del settore assicurativo, economico e giuridico.



MENTI STRUMENTI

tavole rotonde

Oltre ai convegni, Insurance Connect è attiva nel supporto contenutistico e nella presenza come media partner in occasione di altri eventi del settore, quali ad esempio tavole rotonde e osservatori. Le nostre competenze ci consentono di individuare le tematiche più importanti, le modalità con cui affrontarle e i relatori adeguati a sostenere una più efficace organizzazione logica dei contenuti. Tale attività può essere completata con la diffusione coordinata e multicanale dell'evento tramite i nostri strumenti.



e e osservatori





LA SOUADRA



ADRALA SO

*“Trovarsi insieme è un inizio,
restare insieme un progresso...
lavorare insieme un successo.” (Henry Ford)*



Nemmeno le idee migliori riescono a concretizzarsi in un progetto strutturato e ad evolvere nel tempo senza un team valido e competente. Noi possiamo contare su una squadra, costituita da professionisti con background diversi, che lavorano in ottica collaborativa e sulla base di sinergie finalizzate al raggiungimento di obiettivi comuni. Al progetto partecipano giornalisti che hanno maturato una profonda conoscenza del settore assicurativo, e che hanno le competenze indispensabili a interpretare le dinamiche del mercato e a diffonderle secondo i concetti di multicanalità e multimedialità.



ATTUALITÀ
CONTACT



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

ATTUALITÀ
CONTACT