Indice Articoli ANIASA

22 Settembre 2025

ANIASA

19/09/2025	ANSA.IT	IL FUTURO DELL'ASSICURAZIONE AUTO PASSA DALLA TECNOLOGIA	Pag. 2
20/09/2025	ILMATTINO.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 3
20/09/2025	ILMESSAGGERO.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 5
20/09/2025	LEGGO.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 6
19/09/2025	ANSA.IT	IL FUTURO DELL'ASSICURAZIONE AUTO PASSA DALLA TECNOLOGIA	Pag. 7
20/09/2025	CORRIEREADRIATICO.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 9
20/09/2025	ILGAZZETTINO.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 10
19/09/2025	QUOTIDIANODIPUGLIA.IT	ASSICURAZIONE AUTO, IL FUTURO PASSA DALLA TECNOLOGIA. DIGITALIZZAZIONE, IA E TELEMATICA APRONO SCENARI DI SVILUPPO INEDITI	Pag. 11
19/09/2025	CORRIEREALPI.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE" | CORRIERE DELLE ALPI	Pag. 12
19/09/2025	ILNORDEST.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE"	Pag. 13
19/09/2025	ILPICCOLO.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE"	Pag. 14
19/09/2025	MATTINOPADOVA.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE" | IL MATTINO DI PADOVA	Pag. 15
19/09/2025	MESSAGGEROVENETO.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE" | MESSAGGERO VENETO	Pag. 16
19/09/2025	NUOVAVENEZIA.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE" | LA NUOVA VENEZIA	Pag. 17
19/09/2025	TRIBUNATREVISO.IT	LAMBERTI (OCTO): "TECNOLOGIA PONTE TRA ASSICURAZIONE E CLIENTE" | TRIBUNA DI TREVISO	Pag. 18

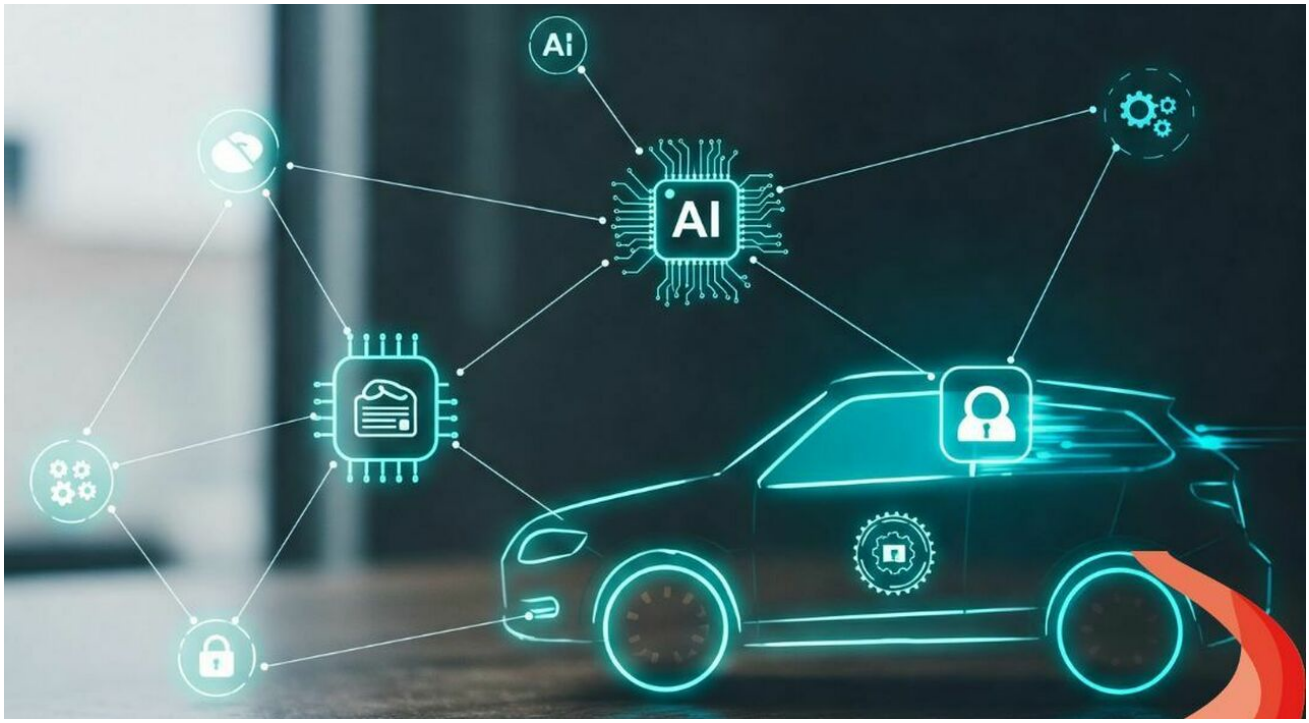
Il futuro dell'assicurazione auto passa dalla tecnologia

Attorno ai dati di delinea un nuovo ecosistema mobilità

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento "L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia", organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. "Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti", ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo. Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: "Nessuna società di car sharing oggi è in attivo", ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. "Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto", ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta "il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale".

Riproduzione riservata © Copyright ANSA

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti



Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Il futuro dell'assicurazione auto passa dalla tecnologia

Attorno ai dati di delinea un nuovo ecosistema mobilità

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto, che è cresciuto del 7,4% nel secondo trimestre, passa oggi dalla capacità di dare valore ai dati.
Strumenti che, grazie anche all'intelligenza artificiale, diventano leve decisive per la sottoscrizione, il prezzo, il marketing e la gestione dei sinistri. L'obiettivo non è soltanto interpretare le informazioni disponibili, ma trasformarle in modelli di business, in strumenti per misurare il rischio con maggiore precisione, personalizzare le offerte e rafforzare i sistemi antifrode.
Attorno ai dati si sta così delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fatto di processi digitalizzati, rigore tecnico, e una gamma sempre più ampia di prodotti e servizi costruiti per una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso durante l'evento "L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia", organizzato da Insurance Connect in collaborazione con Octo, che ha visto la partecipazione di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità e, come ha sottolineato Corrado Sciolla, ceo di Octo, "molte aziende investono in tecnologia, ci sono molti investimenti in start up e anche noi, come Octo, abbiamo oggi un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di oltre 20 milioni di utenti".
Durante la tavola rotonda dal titolo "Dal prodotto auto ai servizi integrati per l'ecosistema della mobilità" è emerso come oggi il noleggio sia diventato un player sempre più importante nel mondo della mobilità, democratizzando la mobilità e aiutando la crescita del parco auto elettriche. Ma dal punto di vista assicurativo "il problema è che non c'è una società di car sharing in attivo, perché ci sono numeri di furti e danneggiamenti sono elevati", come ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa.

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Parlando, invece, di digitalizzazione, telematica e AI per lo sviluppo dell'assicurazione auto, Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo, ha dichiarato che "oggi gli utenti sono disposti a mettere disposizione i loro dati proprio per cercare di avere un valore aggiunto". Un valore aggiunto perché secondo Lamberti l'innovazione tecnologica è "un po' il bridge, il ponte, tra efficienza aziendale del comparto della mobilità, ottimizzazione dei costi, nuovi servizi e dall'altra parte il benessere del cliente finale che guida l'auto".

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Assicurazione auto, il futuro passa dalla tecnologia. Digitalizzazione, IA e telematica aprono scenari di sviluppo inediti

La competizione nel mercato dell'assicurazione auto (in crescita del 7,4% nel secondo semestre) si gioca sempre più sulla capacità di valorizzare i dati. Grazie all'intelligenza artificiale, diventano strumenti chiave per calcolare il rischio, personalizzare le offerte, fissare i prezzi e migliorare la gestione dei sinistri, oltre che per rafforzare i sistemi antifrode. Si va delineando un nuovo ecosistema della mobilità, fondato su processi digitalizzati, rigore tecnico e prodotti sempre più orientati a una relazione evoluta con il cliente. È quanto emerso nell'evento «L'Assicurazione che cambia: AI, Dati e Tecnologia», organizzato da Insurance Connect con Octo e che ha visto l'intervento di molti protagonisti del settore dei rischi e della mobilità. «Molte aziende investono in start up e tecnologia: oggi abbiamo un database con oltre 600 miliardi di chilometri percorsi e dati di più di 20 milioni di utenti», ha ricordato Corrado Sciolla, ceo di Octo.

Tra i temi trattati, anche il ruolo crescente del noleggio, che sta democratizzando l'accesso ai veicoli e sostenendo la diffusione delle auto elettriche. Restano però criticità, come i costi elevati legati a furti e danneggiamenti: «Nessuna società di car sharing oggi è in attivo», ha evidenziato Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa. Sul fronte tecnologico, digitalizzazione e telematica aprono scenari di sviluppo inediti. «Gli utenti sono sempre più disposti a condividere i loro dati per ottenere un valore aggiunto», ha spiegato Eugenio Lamberti, Italy insurance regional leader di Octo. Secondo lui, l'innovazione rappresenta «il ponte tra l'efficienza aziendale del comparto mobilità e il benessere del cliente finale».

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente" | Corriere delle Alpi

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente"

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente"

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente" | Il Mattino di Padova

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente" | Messaggero Veneto

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente" | La Nuova Venezia

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.

Lamberti (Octo): "Tecnologia ponte tra assicurazione e cliente" | Tribuna di Treviso

Intervista a Eugenio Lamberti, Italy Insurance Regional Leader di Octo; Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa

Articolo non cedibile ad altri. Ad uso esclusivo del cliente che lo riceve.