



PRIMO PIANO

Odg Toscana, Rc professionale per giornalisti

Una soluzione assicurativa rivolta soprattutto ai freelance e ai piccoli media.

Frutto di una convenzione siglata dall'Ordine della Toscana, la polizza tutela la responsabilità civile professionale dei giornalisti, ed è fornita dal gruppo **Ace** in collaborazione con il broker **Oxerisk**.

L'obiettivo della partnership è quello di supportare gli operatori dell'informazione in uno degli aspetti più delicati della professione, mettendo a disposizione una forma di tutela dalle richieste di risarcimento, che spesso coinvolgono colleghi non contrattualizzati o con contratti atipici, che non prevedono alcuna copertura assicurativa da parte degli editori.

L'utilizzo della richiesta di risarcimento danni quale strumento di deterrenza si è allargato anche sul piano più locale, finendo per coinvolgere giornalisti che lavorano o collaborano con testate giornalistiche on line, piccole radio, televisioni locali, periodici a diffusione limitata.

La polizza proposta, che può essere stipulata dai soli giornalisti toscani, rappresenta il primo tentativo in Italia per una compagnia assicurativa di proporre delle soluzioni assicurative per coprire la responsabilità civile professionale per la categoria.

Beniamino Musto

MERCATO

Prima di tutto, innovare la relazione

Le nuove tecnologie cambiano gli stili di vita e i bisogni dei consumatori. Cresce la necessità di un multiaccesso ai servizi. Come costruire vantaggio competitivo con i social media? Perché il Web 2.0 può aiutare compagnie e distribuzione a sviluppare il proprio business? La risposta nell'ultima ricerca di Macros Consulting, "Social media nel mercato assicurativo"

Che cos'è l'innovazione per un'impresa? Se sfogliamo il vocabolario, alla voce "innovazione" troviamo definizioni che riconducono al concetto di novità, ma questa spiegazione generica non può soddisfarci. Quando parliamo di novità, ci riferiamo a qualcosa di inedito che appare improvvisamente sulla scena: di solito è un elemento cosiddetto esogeno, che arriva da fuori e che dobbiamo, se lo vogliamo, integrare nella nostra attività imprenditoriale (pensiamo ad esempio alle recenti "novità normative", che devono ancora trovare una collocazione nell'operatività di compagnie e distribuzione). La novità da sola quindi non basta: deve trasformarsi in innovazione e per farlo occorre integrarla nella struttura della nostra impresa, diventando così elemento positivo e fattore di cambiamento.



SI POSSONO INTEGRARE I SOCIAL MEDIA NEL PROCESSO AZIENDALE?

Lo stesso ragionamento vale se si parla di Web. Anni fa abbiamo salutato l'ingresso di Internet nelle strategie d'impresa come una novità. Ben presto però è stata integrata con le dinamiche e la struttura delle organizzazioni, divenendo in poco tempo un elemento strategico irrinunciabile, fonte continua di innovazione per le imprese e per la rete distributiva. Oggi constatiamo nella pratica di tutti i giorni che i social media sono una novità, soprattutto per il mondo assicurativo e dei servizi in generale, ma non riusciamo forse ancora a pensarli come strumenti in grado di contribuire concretamente allo sviluppo di professionalità e di business all'interno dell'azienda. *(continua a p.2)*

NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Enterprise insurance, l'Ivass segnala casi di polizze Rc auto false

L'ennesimo caso di commercializzazione di polizze Rc auto contraffatte è stato segnalato dall'**Ivass**. Si tratta di contratti assicurativi intestati a **Enterprise insurance company plc**, società che ha sede a Gibilterra ed è regolarmente abilitata a operare in territorio italiano in regime di libera prestazione di servizi, anche nel campo Rc auto. L'Ivass invita i consumatori che volessero chiedere chiarimenti e ulteriori informazioni, a entrare in contatto direttamente con il rappresentante per la gestione dei sinistri in Italia dell'impresa, che è la **Dekra claims services** con sede a Cinisello Balsamo (Milano). L'istituto di vigilanza raccomanda inoltre di verificare che gli intermediari che propongono la sottoscrizione dei contratti siano iscritti nel registro unico degli intermediari assicurativi o nell'elenco degli intermediari dell'Unione Europea consultabile sul sito www.ivass.it.



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



(continua da p. 1) Come far sì, allora, che da semplice novità diventino innovazione a tutti gli effetti, per le compagnie e per la rete distributiva?

La nostra ricerca *Social media nel mercato assicurativo*, condotta tra le compagnie e gli intermediari operanti nel mercato italiano, vuole in prima battuta fornire elementi concreti per dare risposta a questa domanda. L'industria assicurativa italiana è sempre più orientata verso la migrazione sul pianeta social, con l'obiettivo di accrescere il business, puntando soprattutto allo sviluppo dei canali mobile e dell'interazione con i clienti 2.0. Questo sembra essere il sentiero innovativo più promettente per i prossimi anni, che permetterà, tra le altre cose, di contrastare fenomeni come la crescente volatilità dei clienti. Secondo la nostra indagine, infatti, oltre la metà delle compagnie intervistate dichiarano che smartphone, tablet e social media saranno una delle priorità strategiche dei prossimi anni. Dall'altra parte, però, il numero ancora esiguo di imprese tutt'ora presenti nel Web 2.0 segnala la presenza di un mercato ancora agli inizi, sebbene evidenzia allo stesso tempo grandi opportunità tutte da cogliere.

UN CANALE PER INNOVARE LA RELAZIONE

Le imprese e gli intermediari oggetto della nostra ricerca sono tuttavia consapevoli del fatto che i social non sono semplicemente un canale di vendita supplementare, ma un'occasione di innovazione delle modalità di relazione con la clientela, dal preventivo al post-vendita. I nuovi canali digitali sono, infatti, considerati sempre più importanti e vengono preferiti ad altri quando si tratta di comparare prodotti, confrontare preventivi, accedere a informazioni sui contratti e attivare rapidamente richieste di servizi semplici: non è un caso, del resto, se quello in tecnologia mobile è attualmente la tipologia di investimento più sentita tra le compagnie di assicurazione. L'esigenza di definire modelli innovativi di servizio al cliente, anche tramite lo sviluppo di un'architettura distributiva basata sulla multicanalità integrata, è ormai avvertita come un driver strategico essenziale, sia per accrescere l'efficienza operativa, sia per fidelizzare il cliente.

INTEGRAZIONE È LA PAROLA D'ORDINE

La vera sfida consiste pertanto nel trovare la soluzione per cogliere questo potenziale, sia come compagnia, sia come distribuzione, al fine di incidere non solo su tutto il ciclo di vita del cliente, ma anche di innovare il modo in cui le funzioni all'interno dell'impresa vengono integrate. Dalla nostra ricerca su compagnie e distribuzione ciò che emerge è pertanto l'esigenza di un cambio di "passo culturale": senza una strategia condivisa tra imprese e rete, i social media rischiano di rimanere un'affascinante ma futile novità, senza che si trasformino in innovazione e tutti gli effetti. La questione topica che emerge è che Internet e i social media siano ormai elementi fondamentali per il business assicurativo: la questione non è quindi tanto se starci, quanto piuttosto come starci.

Andrea Punzi,

*business analyst Macros Consulting & Medi
(Monitoring European Distribution of Insurance)*

NEWS

Bce, asset finanziari 2012 in costante progressione

Secondo le ultime stime delle **Bce**, il totale degli asset finanziari delle compagnie assicurative e dei fondi pensione dell'Area Euro è salito a **7.623 miliardi di euro** nel quarto trimestre 2012, dai 7.523 miliardi del trimestre precedente. Il monte è suddiviso al 78%, pari a 5.928 miliardi, in attività delle compagnie, mentre gli asset dei fondi realizzano 1.695 miliardi.

Per quanto riguarda le riserve tecniche queste sono aumentate a **6.461 miliardi** dai 6.388 miliardi dei nove mesi 2012; mentre il patrimonio netto delle riserve vita è migliorato a **3.431 miliardi** da 3.394 e il patrimonio netto in riserve di fondi pensione è salito a **2.188 miliardi** da 2.155.

Il 40% delle attività finanziarie nella Zona Euro a fine 2012 è composto da titoli diversi da azioni, mentre la seconda categoria per peso è quella dei fondi di investimenti in azioni, pari al 24%. Le azioni rappresentano invece appena l'11% degli asset totali.

La tendenza al rialzo ha comunque riguardato tutto il 2012: nel primo trimestre le attività finanziarie di assicurazioni e fondi pensione ammontavano a **7.250 miliardi**, mentre nel secondo già salivano a **7.311 miliardi**.



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**



PRODOTTI

Un'app per acquistare polizze Rc auto

L'applicazione, lanciata da Facile.it e interamente sviluppata in Italia, è la prima in Europa nel proprio genere

Cercare, confrontare, acquistare. Sono operazioni molto familiari per chi ha necessità di dotarsi di una polizza. Operazioni che la tecnologia sta rendendo sempre più dinamiche, semplici e rapide da concludere. L'ultima novità è una chicca tutta *made in Italy*: si tratta di una app per smartphone che consente non solo di comparare, ma anche di acquistare una polizza Rc auto attraverso il telefono cellulare. A svilupparla e renderla disponibile agli utenti è stato il portale di comparazione online **Facile.it**.

Si tratta della prima applicazione per smartphone realizzata in Europa che consente l'acquisto di una polizza di questo genere. Il primo acquisto tramite il servizio è stato effettuato da un automobilista di Treviso a soli 41 minuti dalla messa online del servizio, il secondo acquisto, un'ora dopo, da Novara.

L'app, sviluppata integralmente da un team tutto italiano interno all'azienda, è disponibile per iPhone (<http://www.facile.it/app.html>) e, nei prossimi mesi, sarà creata anche la versione per Android e Windows Phone.

Nella versione già scaricabile sull'Apple Store (<https://itunes.apple.com/it/app/facile.it-confronto-assicurazioni/id558826471?mt=8>) se si decide di acquistare una delle polizze di responsabilità civile offerte tramite il portale di comparazione, si può pagare tramite carta di credito o essere messi in contatto con i consulenti di Facile.it e concludere l'acquisto telefonicamente.

"Siamo molto orgogliosi di essere stati i primi in Europa a sviluppare un prodotto così importante - spiega **Marco Giorgi**, responsabile marketing di Facile.it - abbiamo sempre fatto dell'eccellenza tecnologica il nostro punto di forza e, vista la crescente importanza delle tecnologie per smartphone, e le richieste dei nostri utenti che volevano un'app che gli consentisse non solo di verificare i prezzi ma anche di acquistare, impegnarci in questo progetto era fondamentale".

B.M.

PRODOTTI

MyTravelApp, l'assistenza in viaggio sul proprio smartphone

Il servizio di Allianz Global Assistance consente di avere sempre con sé polizze e documenti di viaggio e di avere un contatto diretto con la centrale operativa



Uno strumento che permette di archiviare polizze e documenti di viaggio. Un servizio che può rivelarsi davvero prezioso per semplificare la gestione di eventuali pratiche durante la vacanza, e per ottimizzare le richieste di assistenza dirette alla centrale operativa, in modo da risolvere eventuali inconvenienti occorsi durante il viaggio. Per poter accedere a tutto ciò basta scaricare **MyTravelApp**, un nuovo servizio offerto da **Allianz Global Assistance Italia**, e presentato in occasione della *Borsa mediterranea del turismo* (Bmt) di Napoli. L'applicazione è stata creata esclusivamente per i clienti delle agenzie di viaggio assicurati con la compagnia del gruppo **Allianz**, che potranno scaricarla gratuitamente su tutti gli iPhone e gli smartphone con sistema operativo iOS o Android.

Una garanzia di sicurezza e serenità durante il viaggio, in qualunque situazione e in qualsiasi parte del mondo: attraverso un semplice tocco sul display del proprio smartphone, si potrà chiedere assistenza alla centrale operativa, attiva 24 ore su 24 tutti i giorni dell'anno, e indicare il numero al quale essere richiamati per ricevere l'aiuto necessario.

L'invio della segnalazione alla centrale operativa attraverso app è una funzionalità che introduce una interessante novità nel mondo dell'assistenza. MyTravelApp consente, di selezionare l'evento per il quale è richiesto un intervento, scegliendo tra *infortunio*, *malattia*, *assistenza stradale* o *invio di un artigiano*, e segnalare alla centrale operativa la propria posizione confermandola o correggendola all'interno di una mappa visualizzata sullo smartphone.

La app permette anche di avviare, attraverso il dispositivo mobile, la procedura per il rimborso di eventuali spese sostenute per ovviare a inconvenienti di viaggio e rendere disponibile, in tempo reale, i numeri di emergenza e tutte le informazioni per viaggiare in modo sicuro nei Paesi di destinazione.

MyTravelApp sarà disponibile a breve per essere scaricata e utilizzata da tutti i viaggiatori che hanno sottoscritto una polizza Globy. "La scelta di proporre in esclusiva MyTravelApp al canale trade, in co-branding con le agenzie di viaggio che aderiscono all'iniziativa - spiega Paola Corna Pellegrini, ceo di Allianz Global Assistance in Italia - è un segno dell'impegno profuso da Allianz Global Assistance per lo sviluppo delle agenzie del proprio network". Nei prossimi mesi l'applicazione verrà arricchita con nuove ed esclusive funzionalità, per diventare un'insostituibile compagna di viaggio per tutti i viaggiatori assicurati con Allianz Global Assistance.

Beniamino Musto

PROGRAMMA:

Chairman Maria Rosa Alaggio

- 9.00 ■ Registrazione
- 9.30 – 10.00 ◆ Intervento introduttivo.
Crisi economica, ricerca di redditività e strategie di marketing
Giuseppe Turchetti, professore ordinario alla Scuola superiore Sant'Anna di Pisa
- 10.00 – 10.30 ◆ **Compagnia digitale: l'evoluzione dei sistemi informativi e dei modelli organizzativi**
Vito Rocca, chief executive officer RGI
- 10.30 – 11.00 ◆ **L'esperienza di Zurich Italia**
Andrea Rapetti, chief marketing officer Zurich Italia
- 11.00 – 11.30 ■ Coffee break
- 11.30 – 12.00 ◆ **Specializzazione e semplicità: l'esperienza di DUAL Italia**
Maurizio Ghilosso, amministratore delegato Dual Italia
- 12.00 – 12.30 ◆ **La Rete che apprende: ripensare i rapporti con i partner distributivi**
Ruggero Frecchiami, direttore generale Assimoco
- 12.30 – 13.00 ◆ **Mercato & innovazione: Cosa chiedono gli intermediari in termini di innovazione?**
Jean Francois Mossino, presidente Gruppo Agenti Sai
Francesco Saporito, presidente Gruppo Agenti Unipol
- 13.00 – 14.00 ■ Lunch

- 14.00 – 14.30
◆ Presentazione della ricerca
Social network: l'utilizzo da parte di compagnie e intermediari
Andrea Punzi, business analyst Macros Consulting & Medi (Monitoring European Distribution of Insurance)
- 14.30 – 15.00
◆ **Il punto di vista degli agenti**
14.30 – 14.45 *Claudio Demozzi, presidente Sna*
14.45 – 15.00 *Vincenzo Cirasola, presidente Anapa*
- 15.00 – 15.30
◆ **Decreto crescita 2.0: le collaborazioni tra intermediari e nuove modalità di erogazione dei servizi assicurativi**
Fabrizio Callarà, amministratore delegato AEC Wholesale Group
- 15.30 – 16.00
◆ **Area riservata: con GATE 179 Previnet trasforma gli obblighi in opportunità**
Sonia Grieco, marketing manager Previnet S.p.A.

SESSIONE PARALLELA

- Rc auto. Dalla normativa all'innovazione dei contratti.**
La nuova assicurazione digitale, al servizio delle imprese, dei clienti e del contrasto alle frodi
Apertura di Maria Rosa Alaggio
- 14.00 – 16.00
◆ **Analisi dello scenario legislativo, impatti sul settore e nuove opportunità**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini e Hazan
- ◆ **Tavola rotonda – Il mercato Rc auto tra frodi e ricerca di redditività**
*Partecipano: Andrea Lorenzoni, Chief claims officer Zurich Italia; Paolo Rozzi, responsabile direzione sinistri Groupama Assicurazioni; Gianluca Gramigna, responsabile Aree speciali Sara Assicurazioni; Ferdinando Scoa, responsabile servizio sinistri Assimoco; Costantino Moretti, direttore sinistri e underwriting Con.Te; Unipol * Modera: Federica Orsini, senior manager Prometeia*
- ◆ **Tecnologia e nuove applicazioni per il business auto**
Roberto Muriana, presidente del gruppo I.Car-Identicar
Michele Bacci, responsabile IT del sistema Identitag

- 16.00 – 17.30 ◆ **TAVOLA ROTONDA: Innovazione in assicurazione: dal prodotto alla strategia di sviluppo**
Partecipano: Stefano Cecchini, responsabile marketing Groupama; Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni; Marco Mazucco, direttore commerciale Reale Mutua; Andrea Fugatti, responsabile rete affiliata e servizio rete Tua Assicurazioni; Filippo Sirotti, amministratore delegato Quixa; Claudia Ghinfranti, responsabile marketing strategico Gruppo Generali

17.30 ■ Chiusura lavori

(*) invitato a partecipare

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 9 aprile di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012