

## PRIMO PIANO

## Poste Vita, la raccolta cresce ancora

L'incremento della raccolta spinge le performance di Poste Italiane nel business delle polizze. Nei primi nove mesi del 2015, i servizi assicurativi del gruppo hanno visto aumentare i ricavi complessivi, raggiungendo quota 16,9 miliardi di euro, in crescita del 10% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Questo incremento, come sottolinea una nota di Poste Italiane, "è totalmente ascrivibile alla crescita dei premi". Nello specifico, Poste Vita, le cui riserve tecniche sono pari a 97,4 miliardi di euro (erano 87,1 miliardi a fine dicembre 2014) ha contabilizzato premi per circa 14,5 miliardi di euro (12,7 miliardi nei nove mesi 2014), principalmente "grazie alla commercializzazione di prodotti di ramo I e, in via residuale, prodotti di ramo III e V". L'incremento dei ricavi è stato quasi interamente compensato dal fisiologico incremento delle riserve tecniche assicurative.

Il risultato operativo è stato pari a 351 milioni di euro, in crescita del 13,2% rispetto ai primi nove mesi del 2014 (310 milioni di euro).

Secondo l'ad e dg di Poste, Francesco Caio, "i solidi risultati trimestrali riportati confermano che il nostro piano di trasformazione è ben avviato e rappresentano una buona base per i risultati attesi di fine anno".

B.M.

## RC AUTO

## Sicurezza, il peso intangibile di un valore aggiunto

**Affinché l'efficienza si trasformi in riduzione dei costi per gli assicuratori e in servizio per il cliente, occorre dare la giusta importanza a fattori all'apparenza accessori, come la riparazione del vetro. Un processo che in realtà è piuttosto complesso, e richiede un know how specifico: Matteo Rignano, ad di Belron Italia (Carglass), illustra a Insurance Daily le strategie attuali dell'azienda, basate sull'ulteriore sviluppo della relazione con le compagnie assicurative**



Matteo Rignano, amministratore delegato  
e direttore generale di Belron Italia

Quando si parla di sostituzione e riparazione dei vetri auto, in un mercato costituito prevalentemente da migliaia di carrozzerie indipendenti, il nome di **Carglass** è sicuramente quello più conosciuto. Anche tra i non addetti ai lavori. In parte ciò è dovuto a una capillare presenza sul territorio: la sua rete può contare su 170 filiali dirette in tutta Italia, cui si aggiunge una serie di affiliati nelle regioni del sud. Ma molto della sua attuale posizione di *leadership* nel mercato italiano è dovuto alla dimensione internazionale del gruppo di cui Carglass fa parte, vale a dire **Belron**, che ha portato nel nostro Paese modalità ed esperienze provenienti dal mondo anglosassone.

### UN LAVORO PIÙ COMPLESSO DI QUANTO SI CREDA

Nelle strategie di Carglass, un ruolo di primissimo piano è rappresentato dalla relazione con le imprese assicurative, spiega **Matteo Rignano**, amministratore delegato e direttore generale di Belron Italia: "gli accordi con gli assicuratori e le flotte aziendali costituiscono il 90% del nostro business. Abbiamo rapporti con la grande maggioranza delle compagnie assicurative, fatta eccezione per quelle che hanno deciso di svolgere questo servizio in autonomia".

Gestire un'attività di questo tipo, tuttavia, è un'operazione molto complessa. "La riparazione del vetro - sottolinea - si presta facilmente a un atteggiamento semplicistico. In realtà è un processo piuttosto delicato, fatto di aspetti logistici rilevanti, e con una scrupolosa qualità del lavoro. Senza tralasciare il fatto che riuscire ad accontentare i clienti non è mai facile". Rignano indica nella rete diretta di Carglass il principale motivo di successo del modello di business dell'azienda. Una rete che segue le logiche della grande distribuzione offrendo determinate garanzie, "tanto in termini di qualità del lavoro, quanto, ad esempio, nell'eliminare alla radice il rischio di potenziali frodi".

### DARE PIÙ PESO ALLA SICUREZZA

C'è poi un particolare argomento su cui l'ad di Belron Italia pone l'accento: la necessità di garantire sicurezza per gli automobilisti. "In tema di riparazione vetri, questo aspetto non è ancora sufficientemente considerato come prioritario da chi non opera nel nostro ambito. Noi abbiamo un'idea chiara di quali siano i rischi e le aree su cui bisogna investire in termini di strumenti tecnici, formazione del personale e controllo". Uno dei motivi di questa scarsa attenzione risiede nel fatto che "la sicurezza, rispetto alla qualità del servizio, non è un elemento immediatamente tangibile".

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1) La mancanza di sicurezza si tocca con mano soltanto quando avviene un sinistro grave, ma a quel punto è troppo tardi. Dunque, le compagnie dovrebbero guardare a questo tema con molta più attenzione, anche nell'ottica di un contenimento dei costi dei risarcimenti. Rignano cita come esempio i rischi connessi all'incollaggio del parabrezza alla carrozzeria. "Questa operazione deve essere fatta con assoluto scrupolo. Il vetro anteriore è lo scudo dell'airbag: se, in caso di urto, dovesse scattare, e se il vetro non fosse incollato correttamente, la protezione dell'airbag si annullerebbe". I vetri, inoltre, sono sempre più complessi: oltre ad avere una presenza maggiore sulle vetture (Rignano parla di un aumento del 15%), sono anche dotati di sensori di vario genere. Un esempio è rappresentato dagli Adas (Advanced driver assistance systems), sistemi elettronici che aiutano l'automobilista nella guida. "Molti di questi sistemi funzionano grazie a una telecamera puntata sul parabrezza, che governa i processi automatizzati: quando si va a sostituire il vetro bisogna fare estrema attenzione a incollare la telecamera esattamente nella posizione in cui si trovava. Ma soprattutto, occorre effettuare molto bene la ricalibratura".



#### VELOCITÀ ED EFFICIENZA PER RIDURRE I COSTI

Il parco auto estremamente eterogeneo è un ulteriore elemento che complica la vita di chi ripara vetri. Uno dei tanti aspetti su cui si sofferma Rignano riferendosi alla complessità di questo mestiere, riguarda il fatto che ogni tipologia di vettura monta un vetro specifico, che può variare anche per lo stesso modello, se immatricolato in anni diversi. "L'automobilista in teoria dovrebbe fornirci una serie di dati estremamente dettagliati, che molto spesso non è in grado di reperire". Per questo Carglass ha sviluppato un sistema di domande incrociate che consentono di indirizzare il cliente direttamente presso l'officina più vicina. "Questo ci ha permesso di risolvere il 30% delle richieste di riparazione nel giorno successivo alla chiamata".

#### CONNESSI CON LE COMPAGNIE

Come già accennato, il rapporto di Carglass con gli assicuratori è molto stretto. "Siamo informaticamente connessi con le strutture delle compagnie - spiega l'ad di Belron Italia - e in alcuni casi possiamo addirittura essere noi ad aprire il sinistro. Ci sono compagnie a cui stiamo proponendo anche altri servizi avanzati di supporto". (continua a pag. 3)

**INSIEME**  
PER IL NOSTRO FUTURO

GIOVEDÌ

**19**

NOVEMBRE  
2015

**ROMA**

Centro Congressi  
Radisson Blu es. Hotel

Via Filippo Turati, 171

6 minuti a piedi  
dalla stazione Termini

**CLICCA QUI PER  
REGISTRARTI**

**CLICCA QUI PER  
SCARICARE IL PROGRAMMA**



**ANAPA**  
1° Congresso Ordinario Nazionale



(continua da pag. 2) Uno di questi è conosciuto come *Tpa (Third party administrator)*: un sistema per cui la compagnia affida all'operatore la gestione completa del sinistro, a partire dal primo contatto con l'assicurato: il riparatore risponde al telefono proprio come se il cliente avesse contattato la propria compagnia, per poi occuparsi dell'intera gestione del sinistro. "Questo sistema - spiega - negli Stati Uniti è la norma. In Europa è stato introdotto

da poco, ma non ancora in Italia. Noi ci stiamo attrezzando per poterlo mettere in pratica. Credo che questo sia il futuro per quanto riguarda la gestione dei sinistri di frequenza".

#### NON SOSTITUIRE CIÒ CHE SI PUÒ RIPARARE

Carglass, il cui fatturato annuale si aggira intorno ai 100 milioni di euro, esegue ogni anno circa 300 mila lavori. Con un approccio che, alla sostituzione del vetro, preferisce la riparazione. "Oltre a essere *environmental friendly* - spiega Rignano -, la riparazione costa meno, è veloce, e non rappresenta un intervento invasivo. Quindi diamo ai nostri operatori precise indicazioni in tal senso". Le riparazioni rappresentano circa il 30% di tutti gli interventi sui parabrezza. "È un tasso molto alto - conclude - perché riparare significa incassare molto meno. Ma questo approccio rappresenta la nostra filosofia".

Beniamino Musto

#### PRODOTTI

## Italiani infedeli? Forse in amore, non sull'assicurazione

### Il 74% degli italiani sceglie una compagnia tradizionale

Italiani libertini e infedeli? Un luogo comune che, forse, trova riscontro nelle relazioni amorose. Certo non nei confronti delle loro compagnie assicurative. Stando a quanto emerge dalla settima edizione dell'osservatorio *Assinext*, l'analisi condotta dall'istituto di ricerca *Nextplora* su un campione di 5.000 italiani, internauti e maggiorenti, intestatari di almeno una polizza Rc auto, il 74% degli assicurati nostrani dichiara di possedere una polizza assicurativa tradizionale mentre il 22% preferisce quella diretta e il restante 4% è intestatario di entrambe. Affidarsi a una polizza tradizionale sembrerebbe rassicurare gli italiani sul fronte dell'affidabilità e della trasparenza del servizio, ma soprattutto dar loro maggiori certezze in termini di convenienza del premio assicurativo. Negli ultimi due anni, gli intestatari delle tradizionali si sono riavvicinati al comparto, sia per via dell'intensificazione della comunicazione da parte delle compagnie sia per far fronte alla crisi e alla conseguente diminuzione della spesa, che ha dato vita a esigenze assicurative più complesse.

R.A.

#### PRODOTTI

## Aviva pensa a giovani e famiglie

### Lanciata la polizza Aviva Salute Smart che copre anche l'indennità di non autosufficienza



Flessibile, modulare e a utilizzo frequente, perché pensata per coprire anche le spese mediche più comuni, interventi, visite ed esami. È la carta d'identità della nuova polizza assicurativa di **Aviva** che si rafforza nel segmento dei prodotti salute. Si tratta di *Aviva Salute Smart*, che prevede tre livelli di copertura: *small*, *medium* e *large*, oltre a diversi moduli combinabili a formare il pacchetto desiderato, tra cui l'indennità di non autosufficienza.

Nel dettaglio, una polizza *small*, a copertura di tutti i moduli, per un single di 40 anni costa 33 euro al mese. La copertura si rivolge anche ai *millennial*: ai giovani al di sotto dei 35 anni, è dedicato il pacchetto *speciale giovani*, inclusivo anche di cure dentarie e dell'indennità da saturazione. I costi partono da nove euro al mese per ragazzi da uno a 20 anni. Esistono, inoltre, agevolazioni per le famiglie con sconti fino al 10% sul totale del premio di polizza per ogni individuo assicurato (nel caso di famiglie di quattro persone). Una polizza *small* estesa a una famiglia di quattro persone prevede un costo di 76 euro al mese.

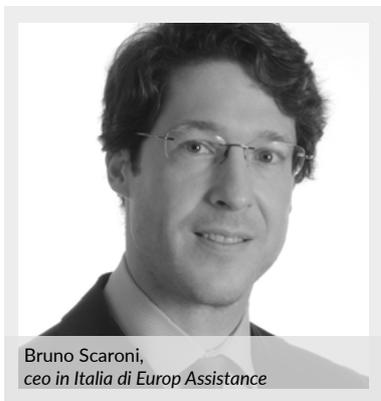
Tra l'altro, la copertura garantisce una certa libertà di scegliere a chi affidarsi per le cure. Il rimborso è previsto sia per le spese mediche effettuate in strutture pubbliche, sia private, con l'indennizzo di ticket sanitari in base alla formula scelta. La sottoscrizione della polizza, infine, comprende anche una *carta dei servizi*, che permette di accedere a un network di strutture mediche specializzate a prezzi agevolati.

Renato Agalliu

## COMPAGNIE

## Europ Assistance rivoluziona governance e strategia

**Nuovo assetto per la compagnia del gruppo Generali, che mette al centro un management committee e nuove funzioni**



Bruno Scaroni,  
ceo in Italia di Europ Assistance

Europ Assistance vara il nuovo assetto e cambia strategia. La compagnia del gruppo **Generali**, dedicata all'assistenza e ai servizi, rinnova la governance e inaugura nuove funzioni. Tutto il processo di rinnovamento va sotto il nome di *We connect* e parte dalla creazione, a livello di gruppo, di un management committee che si occuperà di "semplificare la corporate governance e velocizzare e rendere più trasparenti i processi decisionali", secondo quanto si legge in una nota. Il ceo è **Antoine Parisi**, mentre gli altri

componenti sono **Pascal Baumgarten**, group chief operations officer; **Pierre Brigadeau**, group sales and marketing officer; **Juan Carlos Guzman**, ceo per l'Europa dell'ovest; **Béatrice Ogée**, ceo per la Francia; **Bruno Scaroni**, a capo dell'Italia; **Els Van De Water**, group human resources and communication officer; e **Stéphane Vermersch**, group chief financial officer.

Europ Assistance punta a essere sempre più internazionale, tecnologica e cliente-centrica. Per farlo ha creato il nuovo *Sales and marketing department*, affidato a Pierre Brigadeau, che sarà diviso in cinque business line: *Automotive*, a cui sarà dedicato il 45% del business mix a livello globale; *Travel* (30%), *Health* (13%), *Home&Family* (11%) e *Premium services and Crm*, "divisione - si legge - che avrà il ruolo di migliorare la relazione tra cliente e compagnia, digitalizzando tutte le comunicazioni e interazioni. L'unità internazionale farà da collettore di tutte le migliori esperienze realizzate a livello locale e studierà nuove soluzioni da sviluppare con le varie aree.

A supportare la nuova organizzazione ci sarà la tecnologia, basata sulla semplicità di contatto con il cliente e con i partner, a partire dal call center per arrivare al coordinamento e alla gestione del network dei fornitori. Per farlo sarà creato un nuovo *Global operations department*, affidato a Pascal Baumgarten, che si occuperà di "implementare programmi di *lean management* per dare maggiore indipendenza e capacità di *decision making* ai team, e migliorare la qualità del servizio". Saranno quindi digitalizzati tutti i processi legati all'esperienza dei clienti, a partire dal programma dedicato al soccorso stradale *Roadside assistance*.

Fabrizio Aurilia

## PRODOTTI

## Ace pronta a sfidare anche gli ecoreati

**Con la polizza Green C.a.r. la compagnia integra la tradizionale copertura a protezione dei cantieri con l'estensione inquinamento e danno ambientale**

Con l'obiettivo di tutelare il contraente durante il periodo dello svolgimento dei lavori in un cantiere dai danni ambientali che si possono verificare, **Ace** lancia *Ace Green C.a.r.*, una soluzione assicurativa che integra le tradizionali coperture con garanzie contro il danno inquinamento e ambientale.

La rottura di tubature o di cisterne interrate, a seguito di uno scavo, può causare lo sversamento di liquidi tossici, con il conseguente inquinamento dell'acqua, del suolo o dell'habitat naturale.

La polizza Green C.a.r. è una protezione adatta sia ai committenti sia ai costruttori che si trovano a eseguire lavori su terreni altrui. La copertura è studiata in sinergia con i *senior underwriter* dell'ufficio *technical line* e dell'ufficio *environmental impairment liability* e tutela l'assicurato anche dai danni ambientali non direttamente conseguenti a un danno materiale diretto, avvalendosi di massimali dedicati. È possibile selezionare la decennale postuma e anche la copertura triennale postuma ambientale, rinnovabile su richiesta, che permette di utilizzare le tutele previste dalla polizza anche dopo la fine dei lavori.

Il tema della tutela ambientale è tornato prepotentemente al centro del dibattito con l'approvazione della legge n. 68/2015 che persegue i cosiddetti *ecoreati*: cinque nuovi delitti contro l'ambiente inseriti nel Codice penale, per cui, in alcuni

casi, è prevista la confisca del cantiere e il carcere. Per alcuni di questi è però possibile il ravvedimento operoso, ovvero la possibilità di ammettere il fatto e porvi rimedio con azioni di ripristino e bonifica. Con la polizza di Ace, sostengono dalla compagnia, sarà possibile tutelarsi al meglio anche per queste nuove fattispecie.



F.A.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 10 novembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577



Insieme verso il domani

PER SAPERNE DI PIÙ

# Insurance Daily



Insieme verso il domani

PER SAPERNE DI PIÙ

MARTEDÌ 10 NOVEMBRE 2015 N. 814

Convegno

## L'RC AUTO TRA TECNOLOGIA E RIFORME

Milano, 12 novembre 2015 (9.00 - 17.30)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

### PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review* e *Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 10.00 – **Presentazione risultati Osservatorio Gestione Sinistri Auto**  
*Guido Proietti, manager di Scs Consulting*

10.00 - 10.20 – **Case Study – L'esperienza di Aviva Italia**  
*Fabio Zunino, responsabile direzione sinistri di Aviva Italia*

10.20 - 10.40 – **Detection e investigation di potenziali frodi nella gestione dei sinistri: evoluzione di modelli e processi con il supporto della tecnologia big data**  
*Luca Lanzoni, director organization, information technology and operations di Hdi Assicurazioni*

10.40 - 11.00 – **Sistemi avanzati di contrasto alle frodi: fattori critici di successo e prime evidenze numeriche**  
*Giovanni Campus, direttore generale di Msa Multi Serass*  
*Andrea Guerra, managing director di Kube Partners*

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.45 – **TAVOLA ROTONDA: Ddl Concorrenza, riforma o boomerang?**  
*Giovanna Gigliotti, direttore sinistri di UnipolSai*  
*Umberto Guidoni, responsabile servizio auto di Ania*  
*Massimo Monacelli, chief claims officer di Generali Italia*  
*Fabio Sattler, vice direttore generale di Allianz*

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Il valore del servizio nella riparazione dei vetri auto**  
*Giovanni De Donato, direttore generale di Glassdrive*

14.20 - 15.20 – **Quanto e quale risarcimento in epoca di crisi?**  
*Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba*  
*Maurizio Hazan, studio legale Taurini-Hazan*  
*Flavio Peccenini, professore di diritto privato e di diritto delle assicurazioni private presso l'Università degli Studi di Bologna*  
*Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer Italia*

15.20 - 15.40 – **La scatola nera Street Angel. L'eccellenza italiana a disposizione dell'assicurato**  
*Angelo Cacciotti, direttore generale di Sicurezza e Ambiente*  
*Roberto Castelli, responsabile tecnico progetto Street Angel di Sicurezza e Ambiente*  
*Eugenio Vanda, consigliere di amministrazione di Sicurezza e Ambiente*

15.40 - 16.00 – **L'evoluzione della comunicazione durante la gestione del sinistro: nuovi strumenti digitali**  
*Cinzia Carbone, business development, sales and marketing national manager di Solera*

16.00 - 17.30 – **TAVOLA ROTONDA: Gli obiettivi della direzione sinistri**  
*Laura Brancaleoni, direttore sinistri di Credit Agricole Assicurazioni*  
*Paolo Masini, direttore sinistri di Cattolica Assicurazioni*  
*Nicola Murano, responsabile unità antifrode e supporto tecnico di Reale Mutua*  
*Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni*  
*Marco Raggi, telematics & insurance manager di Lojack*  
*Mirella Restelli, chief claims officer di Zurich Italia*  
*Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco*  
*Massimo Treffletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania*

sponsor



GFT



Sicurezza e Ambiente S.p.A.



Taurini & Hazan  
STUDIO LEGALE



**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo**