

PRIMO PIANO

Privacy, assicurazioni nel mirino

Spunta anche l'assicurazione tra i settori colpiti dai provvedimenti emessi del Garante per la privacy nel corso del 2015. Più in generale, con riferimento a tutte le aree (credito al consumo, assicurazioni, internet, sanità, servizi di assistenza sociale ecc) lo scorso anno il Garante ha adottato 692 provvedimenti collegiali; ha risposto a circa 5.000 quesiti, reclami e segnalazioni; ha deciso 307 ricorsi che hanno coinvolto soprattutto banche e società finanziarie; datori di lavoro pubblici e privati; ha reso 44 pareri a Governo e Parlamento; ha contestato ben 1700 violazioni amministrative e riscosso circa 3 milioni 500 mila euro, segnalando 33 casi all'autorità giudiziaria. Osservando il bilancio dell'attività dell'Autorità, rispetto all'ultimo rilevamento, è quasi triplicato il numero delle violazioni amministrative contestate, che nel 2015 sono state, come accennato, 1700: una parte consistente ha riguardato il trattamento illecito dei dati, legato principalmente all'uso dei dati personali senza consenso; l'omessa o inadeguata informativa agli utenti sul trattamento dei loro dati personali; la mancata adozione di misure di sicurezza; l'omessa esibizione di documenti al Garante; l'inservanza dei provvedimenti dell'Autorità.

Renato Agalliu

TECNOLOGIE

Quando l'app diventa piattaforma

My Angel di Groupama è l'evoluzione del concetto di applicazione per smartphone, e punta a essere il centro dell'esperienza assicurativa, come spiega Andrea Carnevale, chief marketing officer della compagnia in Italia

Lanciata ufficialmente lunedì 20 giugno, la nuova app di **Groupama Assicurazioni**, *My Angel*, ha l'obiettivo di essere una piattaforma di servizi integrati, sempre disponibile sia per i clienti, che possono ragionevolmente sfruttarne tutte le potenzialità, ma anche per chi non possiede una polizza auto della compagnia francese.

L'app *My Angel* rappresenta l'evoluzione di un processo digitale che Groupama ha iniziato già nel 2015. "L'obiettivo - spiega a *Insurance Daily*, **Andrea Carnevale**, chief marketing officer di Groupama Assicurazioni - è far evolvere in maniera radicale e veloce la nostra offerta, un tempo concentrata sul prodotto, verso soluzioni che integrino nel contratto assicurativo servizi che facciano percepire quotidianamente ai clienti un'esperienza di valore".

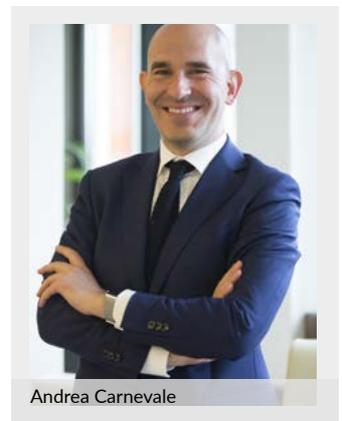
L'app è studiata per interagire con le offerte *Autobox*, cioè le polizze auto abbinata a una scatola nera: *Autobox Premium* e *Autobox Smart*, quest'ultima con dispositivo autoinstallante, lanciate da Groupama all'inizio di giugno. Servizi nell'ambito della prevenzione del rischio, quindi, ma anche strumenti che facilitano la vita quotidiana. L'elemento distintivo della versione di *My Angel* disponibile dal 20 giugno è il servizio assistenza: "in caso di sinistro - sottolinea Carnevale -, la grande novità è l'invio di un esperto sul posto entro trenta minuti. Un servizio che ha funzionato molto bene nella provincia di Roma, luogo della sperimentazione, e che abbiamo esteso a tutto il territorio nazionale". Attraverso l'app, il cliente che è rimasto coinvolto in un incidente potrà seguire mediante la geolocalizzazione dov'è e a che punto del percorso si trova l'esperto della compagnia che lo sta raggiungendo.

Il sistema dell'assistenza in tempo reale, con una persona fisica sul luogo dell'incidente, ha giovato molto anche dal punto di vista dei tempi di chiusura dei sinistri, che oggi per le polizze di quel tipo è di sei giorni lavorativi, contro una media di mercato superiore ai 15 giorni.

UN SERVIZIO TRASVERSALE

Oltre all'assistenza, la app permette di localizzare la propria auto dove la si è parcheggiata (*Find my car*) e monitorare il proprio stile di guida attraverso statistiche su chilometri percorsi e comportamenti sulla strada, in tempo reale: "inoltre, il *driving behaviour* - precisa Carnevale - servirà per modificare la nostra politica tariffaria e premiare i clienti virtuosi: da fine anno - annuncia - aggiungeremo al nostro catalogo una polizza che ingloberà anche i comportamenti di guida nei parametri di tariffazione".

(continua a pag. 2)



Andrea Carnevale

INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

Nel 2015, sono state 110 mila le polizze vendute e abbinate con Autobox; l'obiettivo 2016 è di raddoppiare i contratti a 220 mila.

Ma in una logica di fruibilità sempre più semplice e immediata, la app permette anche a chi non è cliente di usufruire di alcuni servizi, come la verifica della copertura di un veicolo attraverso la targa, la guida alla compilazione del modulo di constatazione amichevole, oppure la possibilità di chiamare un carro attrezzi (servizio a pagamento), o anche una connessione diretta con gli agenti della compagnia.

“La vera evoluzione del mondo assicurativo – ribadisce il manager di Groupama – è fornire un'esperienza quotidiana e sempre più coinvolgente per clienti e prospect. La prossima iniziativa riguarderà *Casa connessa*: da settembre metteremo a disposizione una nuova offerta che coinvolgerà diverse aree di bisogno legate alla casa, dalla sicurezza al monitoraggio dei consumi. Tutto convergerà sull'app My Angel: una piattaforma di servizi integrati direttamente sul proprio smartphone, 24 ore su 24”, conclude Carnevale.

Fabrizio Aurilia

FORMAZIONE

Il master Risk engineering di Cineas si rinnova

L'offerta formativa specialistica verterà su una nuova formula che integra lezioni in aula, visite presso aziende primarie, sessioni live on line e autoformazione

Da novembre lo storico master in Risk engineering di Cineas si rinnoverà. Il Consorzio universitario ha infatti collaborato con Cineca per erogare il master con una modalità didattica *blended e-learning*. La nuova formula del master prevede 200 ore di didattica tra lezioni in aula, sessioni live on line e autoformazione, con l'obiettivo di facilitare la frequenza anche per chi non risiede nell'area milanese. “La direzione e il coordinamento didattico hanno deciso di sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e dalle piattaforme di e-learning – afferma **Maurizio Micale**, coordinatore del master risk engineering e direttore corporate Erm & insurance management di **STMicroelectronics** – e quindi poter consentire a un numero più ampio di persone interessate a specializzarsi in risk management, la partecipazione alle attività formative, con un'ottimizzazione di tempi e costi per il candidato e un occhio sempre rivolto alla sostenibilità”. Una parte importante della didattica sarà dedicata alle attività pratiche effettuate direttamente in azienda. In particolare, coloro che frequenteranno il master 2016/2017 si caleranno nel ruolo dell'enterprise risk manager e dovranno effettuare simulazioni di analisi di rischio, risolvere situazioni di crisi e sviluppare piani di gestione e prevenzione presso primarie aziende manifatturiere, con numerose testimonianze dirette di professionisti del rischio. Il master permetterà agli studenti di accedere a opportunità di stage presso le realtà aziendali e istituzionali che fanno parte del network di Cineas.

R. A.

An advertisement for ARAG insurance. On the left, a yellow banner with a diagonal line pattern contains the text: "Tutela legale. Vivi pienamente. Impresa o professionista? La nuova polizza ARAG Tutela Legale Impresa: su misura per tutti i tuoi clienti. www.arag.it". The ARAG logo, featuring crossed hammers, is in a circle. On the right, a photograph shows three business professionals (two women and one man) in a modern office setting, looking at a tablet together.

RICERCHE

Le frodi creditizie non conoscono crisi

Secondo l'Osservatorio Crif, nel 2015 le perdite economiche derivanti da questo reato hanno superato i 172 milioni di euro. In arrivo nuove verifiche e soluzioni per contrastare il fenomeno

Sono state 25.300 le frodi creditizie perpetrate in Italia, attraverso un furto di identità. Lo rileva l'ultima edizione dell'osservatorio realizzato da Crif che stima, nel 2015, una perdita economica superiore ai 172 milioni di euro e una crescita, rispetto al 2014, dell'importo medio frodato.

La maggioranza delle vittime è di sesso maschile (64,1%), mentre le donne registrano una leggera diminuzione rispetto al 2014 (-4,7%); la fascia di età più interessata è quella compresa tra i 41 e i 50 anni (27,9%), ma quella dove si rileva il maggior incremento percentuale è quella degli over 50 (+15,1%).

In termini geografici, si registra una forte incidenza dei casi in Campania, Lombardia, Sicilia e Lazio, anche se la crescita più marcata, rispetto all'anno precedente, è quella di Molise (+39,7) e Friuli Venezia Giulia(+32%).

L'importo e i tempi

Secondo l'Osservatorio, il 32,8% delle frodi ha avuto un importo inferiore ai 1.500 euro, ma i casi con importo compreso tra 3.000 e 5.000 euro sono cresciuti del 32% rispetto al 2014.

Si riducono, invece, i tempi di scoperta: oltre la metà delle frodi viene rilevata entro sei mesi, anche se il 16% dei casi emerge dopo più di tre anni.

La tipologia di finanziamento oggetto di frode

Anche nel 2015, la forma tecnica dei prestiti finalizzati continua a fare la parte del leone, tanto che il 74,3% dei casi di frode interessa questa tipologia di prodotto. Complessivamente, il 38,5% ha avuto per oggetto l'acquisto di elettrodomestici; una quota rilevante ha riguardato anche il comparto auto-moto (con il 13,8%), quello dell'arredamento (8,1%) e di elettronica-informatica-telefonia (6,8%).

Per contrastare il fenomeno delle frodi creditizie, il ministero dell'Economia e delle Finanze prevede di includere ulteriori tipologie di documento nelle verifiche antifrode del sistema Scipafi. Congiuntamente, Crif sta implementando una nuova soluzione che, tramite l'utilizzo di un device, permette agli istituti di attivare un set di controlli incrociati per rendere più veloce il riscontro di eventuali anomalie e la rapida intercettazione dei tentativi di frode.

Laura Servidio

COMPAGNIE

Distribuzione integrata

Reale Mutua ha attivato un nuovo modello distributivo che coniuga le potenzialità degli strumenti digitali con la professionalità della rete agenziale

Per rispondere alle mutate esigenze dei consumatori, Reale Mutua, capogruppo di Reale group, ha attivato un nuovo modello distributivo. Si tratta di un sistema che permetterà di effettuare un preventivo sul sito della compagnia e, successivamente, di acquistare il prodotto desiderato attraverso due percorsi alternativi ma integrati: direttamente presso i locali dell'agenzia prescelta, oppure tramite internet, pur contando sempre sul supporto di un agente Reale Mutua di riferimento. In quest'ultimo caso, ogni volta che l'utente effettua l'operazione di acquisto tramite il sito



Marco Mazzucco

web, diventa a tutti gli effetti un cliente dell'agenzia selezionata durante la fase di registrazione. Nelle intenzioni della compagnia, in un'ottica di ampliamento dei servizi offerti, il modello di vendita intermediata on line coniuga così le potenzialità degli strumenti digitali con la professionalità della rete agenziale, mantenendo centrale il ruolo dell'intermediario, anche nel caso in cui le polizze siano acquistate on line.

Nel dettaglio, i prodotti attualmente acquistabili sul sito web di Reale Mutua sono: *SiViaggiare Reale*, una novità dedicata alla tutela dei viaggi; *CasaMia Reale*, la soluzione per la tutela dell'abitazione; *AutoMia Reale*, per la tutela della circolazione. Il canale on line di Reale Mutua non si pone in concorrenza con l'attività dell'agente, "ma rappresenta uno strumento per potenziare le sue opportunità di vendita", ha spiegato **Marco Mazzucco**, responsabile distribuzione, marketing e brand di gruppo di Reale group, che ha aggiunto: "nella nostra campagna pubblicitaria *Alzi la mano chi*, andata on air recentemente, affermiamo che noi amiamo la tecnologia ma ancor di più le relazioni umane. Ecco perché abbiamo pensato a un modello di vendita innovativo, che offre l'opportunità di utilizzare i più moderni device e di beneficiare dell'esperienza e della professionalità che, da sempre, caratterizzano i nostri agenti presenti sul territorio". Nei prossimi mesi, inoltre, sul portale della compagnia saranno disponibili nuove funzionalità che permetteranno di richiedere online diversi servizi di post vendita.

R. A.



Insurance Review

Strategie
e innovazione per
il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su
www.insurancetrade.it/abbonamenti
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

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

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it