

PRIMO PIANO

Rc medica, ok dal Senato al ddl Gelli

Nella giornata di ieri la commissione Sanità del Senato ha approvato il ddl Gelli sull'Rc medica. Il ddl introduce l'obbligo di assicurazione per tutte le strutture sanitarie e sociosanitarie pubbliche e private, così come prevede che il soggetto danneggiato possa agire anche direttamente nei confronti dell'impresa di assicurazione che presta la copertura assicurativa all'azienda. Prevede inoltre, l'istituzione di centri regionali per la gestione del rischio sanitario, e un Osservatorio nazionale sulla sicurezza nella sanità. Rispetto a quello già licenziato dalla Camera, quest'ultimo testo vede alcune correzioni. Grazie agli emendamenti approvati negli ultimi giorni, infatti, ospedali e Asl dovranno fornire la documentazione sanitaria al paziente al massimo entro sette giorni dalla richiesta. Il ddl prevede anche che l'operatore sanitario non sia punibile dal punto di vista penale se si è attenuto a buone pratiche o alle raccomandazioni delle linee guida, ma queste non saranno elaborate solo dalle società scientifiche, ma anche da enti e istituzioni e associazioni tecnico-scientifiche. Infine istituisce un fondo di garanzia nazionale che tuteli i cittadini danneggiati nel caso in cui l'assicurazione chiamata a risarcire il danno, sia insolvente.

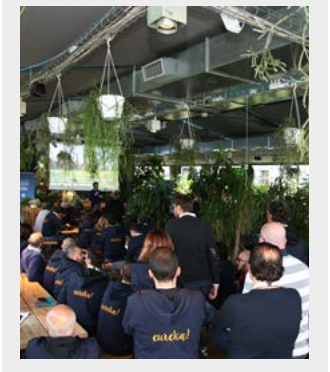
Beniamino Musto

COMPAGNIE

Se l'innovazione viene dal basso

Le persone che lavorano ogni giorno per la Sara Assicurazioni rappresentano un patrimonio di esperienze e di idee che possono fornire nuova linfa alle strategie aziendali. Con questa convinzione la compagnia ha promosso Eureka!, un contest di idee innovative da cui sono usciti tre progetti in ottica Insurtech

Se fosse un cliente, cosa vorrebbe un agente dalla propria compagnia assicurativa? E cosa farebbe un dipendente della compagnia se gli fosse chiesto di inventare un prodotto assicurativo? Le persone che lavorano nel settore assicurativo hanno, inevitabilmente, una certa competenza del loro ambito professionale, ma al tempo stesso sono a loro volta clienti, consumatori, automobilisti, utenti internet, e hanno beni e affetti che vogliono proteggere. Perché allora non chiedere anche a loro un contributo all'innovazione? È la domanda che si sono posti in Sara Assicurazioni qualche mese fa, e che ha portato a realizzare Eureka!, un concorso di idee per l'innovazione che si è concluso la scorsa settimana con una hackathon presso H-Farm, *piattaforma innovativa* per il supporto alle aziende in ottica digitale. Le tre idee vincitrici della selezione diventeranno, per Sara, veri progetti da realizzare nei prossimi mesi.



RAGIONARE SULLE LINEE STRATEGICHE AZIENDALI

Il progetto Eureka! è stato strutturato in due parti: un primo concorso nella forma di un contest di idee aperto ai dipendenti della compagnia, agli agenti e a tutti i collaboratori delle agenzie che si è concluso ai primi di ottobre, e l'hackathon, aperto a 140 partecipanti auto-candidati. Linee guida per pensare i progetti sono state cinque aree tematiche tra cui i partecipanti potevano scegliere per costruire proposte innovative (anche) su base tecnologica: il bisogno assicurativo, la crescita, la sinergia, un nuovo modo di comunicare, un nuovo modo di lavorare.

Sono state 284 le idee che hanno partecipato al contest: ogni squadra partecipante ha caricato il proprio progetto sulla piattaforma dedicata, accessibile ai dipendenti delle agenzie e della compagnia, che hanno potuto valutare e votare i contributi dei colleghi (oltre 8000 le preferenze complessivamente raccolte).

COME È NATO EUREKA!

L'idea si è sviluppata con un lavoro a più mani tra l'area marketing e quella Hr: "È stato scelto il modello hackathon perché abbiamo voluto prendere le misure della modernità e unire l'esperienza concreta di agenzie e dipendenti agli strumenti innovativi di partecipazione" spiega Marco Brachini, responsabile marketing di Sara. *(continua a pag. 2)*

INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

“L’innovazione tecnologica è presente nelle idee che sono state presentate, ma le proposte non si esauriscono lì. Innovare per noi significa fare meglio quello che già facciamo, e la tecnologia può essere in questo senso un facilitatore. Il primo obiettivo che ci siamo posti è stato di condividere un percorso tra persone; in particolare ci siamo rivolti ai giovani, che sono con noi da meno tempo, e sono quindi meno influenzati dal portato storico. L’ambiente altamente tecnologico e creativo di *H-Farm* ci è stato utile a rivedere il nostro approccio al tema assicurativo, valutando il nuovo presente nella maniera opportuna”.

Sara ha concepito il progetto in primavera, lavorando poi per quattro settimane al disegno complessivo. A luglio Eureka! è stato presentato alla rete e alla compagnia con una serie di azioni di *teasing* per preparare all’evento. Ai primi di settembre, e per le successive cinque settimane, è stata aperta la piattaforma per la raccolta delle idee del contest e, in parallelo, per l’adesione all’hackathon.

IL POTENZIALE DELLA COLLABORAZIONE

“La risposta che abbiamo avuto è stata incredibile – dice **Michele Mannella**, responsabile Hr in Sara – si è creato un clima di partecipazione attorno ai progetti e all’hackathon, per il quale abbiamo avuto un numero di adesioni superiore alle disponibilità. Chiedevamo la partecipazione di 70 persone di agenzia e 70 dipendenti e, soprattutto su questo ultimo numero, qualche dubbio lo avevamo, considerato che si trattava di circa il 10-15% di tutta la popolazione aziendale, e che la nostra età media è attorno ai quarant’anni, non propriamente dei nativi digitali. Un asset del progetto è stato far lavorare insieme agenzie e dipendenti, persone che normalmente non si conoscono, che sono reciprocamente un codice di agenzia e un numero di telefono interno, ma che qui hanno avuto modo di confrontarsi per un obiettivo comune”.

I 140 partecipanti all’hackathon sono stati suddivisi in gruppi misti di agenti e dipendenti; ogni gruppo ha sviluppato un proprio progetto innovativo elaborando una delle idee selezionate dal contest. Appuntamento alle 14 del 20 ottobre per l’avvio della maratona creativa e chiusura dei lavori alle 10.30 del 21 ottobre, con la successiva presentazione di tutte le idee elaborate nella notte che presentavano un giusto mix di soluzione tecnologica e fattore umano. “Abbiamo voluto ricondurre l’esperienza a un ambito più ampio di quello della tecnologia e arrivare a un aspetto umano di condivisione: il nostro è un business fatto di persone, e sono le persone che fanno la differenza” ha detto **Daniele D’Abramo**, direttore commerciale in Sara, a margine dei lavori. “Dalle agenzie, che sono più vicine al mercato, ci aspettiamo un contributo di esperienza. Il progetto Eureka! è stata un’occasione straordinaria per sentirsi partecipi del futuro della compagnia. Le idee proposte nella prima fase di contest mi hanno colpito tutte per l’originalità e la spontaneità, e ho notato che rispecchiavano a pieno le strategie disegnate dalla compagnia, in primo luogo l’obiettivo 70/30, per sviluppare i rami danni non auto”.

AL VIA TRE NUOVI PROGETTI

Alla fine della maratona notturna, facce assonnate ma un clima di grande soddisfazione tra i partecipanti che hanno sviluppato proposte originali, equilibrate tra il coinvolgimento emozionale del cliente, il rapporto diretto con l’agente e gli obiettivi posti dalla compagnia: una giuria formata dai direttori di settore di Sara, dai presidenti del gruppo agenti e del *Club Mercurio*, ha scelto alla fine tre idee che vedranno la realizzazione.

Nel saluto finale, **Alberto Tosti**, alla sua prima uscita ufficiale dopo la recente nomina a direttore generale della compagnia, ha parlato di un *travolgimento dal basso*. “Condivido pienamente questa iniziativa: il mio auspicio era di aprire a una cultura dell’innovazione e di pensare a nuove proposte per la compagnia simili agli strumenti digitali che le persone che sono qui oggi usano tutti i giorni nella loro vita privata” ha detto il dg. “Ho apprezzato la qualità delle persone che abbiamo intorno e la freschezza dei loro contributi: dall’alto dei nostri ruoli manageriali spesso abbiamo delle remore a lanciare il cuore oltre l’ostacolo, perché si temono le complessità nel portare avanti proposte così diverse dal quotidiano”. Parole che sono un primo segnale per comprendere alcune delle linee guida che caratterizzeranno la nuova gestione: “In Sara abbiamo un approccio di fiducia verso i collaboratori e puntiamo alla loro crescita professionale. Anche in questo senso, rispetto a un *change management* dall’esterno, la mia nomina configura una continuità che premia il lavoro fatto da chi mi ha preceduto e dall’attuale management. Se la gestione uscente era stata improntata a rendere più efficace ed efficiente il business, ora andremo verso un nuovo impegno imprenditoriale nello sviluppo e nella crescita, con nuovi investimenti in un’ottica di complessiva sostenibilità”.



Alberto Tosti

RICERCHE

Cresce l'innovazione in Italia

Presentato l'Assintel Report+, la piattaforma digitale dell'It nel nostro Paese, disponibile su web e app

Il mercato It italiano aumenta del 3,1% grazie all'impatto dei *digital enabler* sui processi di digitalizzazione delle imprese.

Secondo l'Assintel Report+, disponibile su web e app, 1.000 chief information officer e responsabili di information technology sono, infatti, impegnati in una roadmap di trasformazione digitale, destinata a creare valore per il business, attraverso 10.904 progetti di digital enabler (che crescono del 16% rispetto al 2015) e acceleratori, il 48% dei quali con priorità medio-alta e una media di 5,2 iniziative It, nei prossimi 12 mesi.

La combinazione tra effetti recessivi nell'It esistente e investimenti in innovazione ha prodotto un significativo incremento della spesa It complessiva, che è prevista, a fine 2016, a 25.474 milioni di euro (+3,1% rispetto al 2015).

La survey (condotta da Nextvalue su un panel di 1.000 decisori di imprese top, medie, medio piccole e piccole in Italia) rivela che, se alcune priorità dell'It restano invariate rispetto al 2015, agilità (50%), semplificazione e standardizzazione (49%), allineamento dell'It al business (45%), crescono gli elementi legati all'innovazione strategica dell'impresa attraverso l'uso della tecnologia.

Tra i progetti prioritari, spiccano customer journey (36%), big data e advanced analytics (31%), cloud computing (26%), mobile enterprise (26%) e Internet of Things (24%).

La sicurezza prima di tutto

Dall'indagine emerge che la tutela delle informazioni è una priorità per il 38% del panel, rappresentando il 5% del budget It complessivo, e il 19% della quota totale dell'It in cloud computing è destinata a proteggere dati, applicazioni e infrastrutture.

L'80% della spesa It delle organizzazioni è sotto il controllo diretto del responsabile It o della funzione It. Inoltre, dall'analisi, condotta da Nextvalue, emergono due differenti tipologie di direttori dei sistemi informativi: la prima, più vicina a una figura executive, partecipa di attività strategiche all'interno della propria struttura organizzativa; la seconda, con ruoli operativi e rappresentativi di una funzione di staff, che fornisce un servizio sia pur fondamentale, ma comunque ancillare al business core in senso stretto.

Laura Servidio

DALLE AZIENDE

Al fianco degli agenti: la soluzione Aec per l'Rc degli intermediari

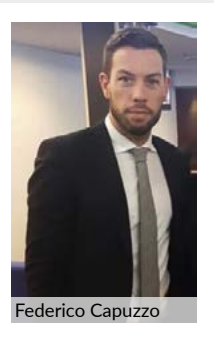
Aec Wholesale group ha rinnovato, anche quest'anno, il suo impegno per il piazzamento su *nuovi mercati* delle coperture dei rischi professionali per gli intermediari di assicurazione iscritti alla sezione A e B del Rui.

L'offerta per gli agenti, oltre alla polizza di Rc professionale obbligatoria per legge, si estende anche a tutti gli altri rischi collegati all'attività professionale, permettendo di costruire una copertura completa a 360 gradi che comprende: Rct/o, Rc degli amministratori di società agenziali, Infedeltà dei dipendenti e dei collaboratori, Perdite patrimoniali conseguenti a un sinistro di Rc professionale, Rc del promotore finanziario, Tutela Legale e cauzione ai sensi dell'art. 4 dell'Ana - Accordo nazionale agenti 2003.

Per quanto riguarda i broker, nella garanzia base Rc professionale l'offerta di Aec comprende anche la Rct/o. Inoltre, è possibile estendere la copertura ai rischi Rc degli amministratori e Perdite patrimoniali conseguenti ad un sinistro di Rc professionale.

Tanto per gli agenti che per i broker, l'offerta di Aec comprende la retroattività illimitata e una copertura postuma di dieci anni in caso di cessazione di attività.

Visto l'approssimarsi della chiusura dell'anno, e vista l'obbligatorietà della polizza Rc professionale degli intermediari, già stabilita dal codice delle assicurazioni del 2006 (art. 110 comma 3), attuato dal regolamento **Ivass** n. 5 del 2006 con gli artt. 11, 15 e 23 (sez. A e B), proprio in questi giorni abbiamo ritenuto utile ricordare a tutta la nostra rete di corrispondenti la possibilità di valutare l'integrazione della polizza di Rc di base con le estensioni di garanzia che Aec propone. Anche perché, tale iniziativa rappresenta, soprattutto alla fine dell'anno, una fondamentale opportunità di sviluppo commerciale che riteniamo importante cogliere insieme ai nostri partner.



Federico Capuzzo

Federico Capuzzo,
ufficio aziende e professionisti dell'area economico - giuridica
di Aec Wholesale group

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

Supplemento al 3 novembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577

Convegno

RC AUTO: FLESSIBILITÀ O SOSTENIBILITÀ?

10 NOVEMBRE 2016



MILANO



Palazzo delle Stelline,
Corso Magenta, 61



9.00 - 17.30

PROGRAMMA



Chairman Maria Rosa Alaggio *Direttore di Insurance Review e Insurance Daily*

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 09.50 - Presentazione Osservatorio Rc auto
Evoluzione della telematica: sinistri, servizi, relazione con il cliente
Alberto Raneri, manager SCS Consulting

09.50 - 10.10 - **L'Auto oggi, nodo di una rete sociale**
Michele Bacci, responsabile innovazione e progetti di sviluppo tecnologico di I.Car

10.10 - 10.30 - **Gli interventi normativi per un sistema sostenibile**
Maurizio Hazan, studio legale Taurini & Hazan

10.30 - 10.50 - **Qualità e assistenza per servizi a valore aggiunto**
a cura di Glassdrive

10.50 - 11.30 - Coffee break

11.30 - 12.45 - TAVOLA ROTONDA: **L'Rc auto tra mutualità, ricerca di profittabilità e richieste di flessibilità**
Giuliano Basile, responsabile attività di supporto direzione sinistri Allianz Italia
Giovanni Calabrò, direttore generale per la Tutela del consumatore Antitrust
Giovanna Gigliotti, direttore sinistri UnipolSai
Umberto Guidoni, responsabile servizio Auto Ania
Massimo Monacelli, chief claims officer Generali Italia
Alessandro Santoliquido, amministratore delegato Amissima

12.45 - 13.00 - Q&A

13.00 - 14.00 - Pranzo

14.00 - 14.20 - **La sfida dei sistemi IT: l'integrazione tra digital e procedure aziendali**
Stefano Bombara, responsabile servizio IT, sistemi tecnici danni e riassicurazione Crédit Agricole Assicurazioni
Martino Pellegrini, cio Crédit Agricole Assicurazioni

14.20 - 14.40 - **Il peso dell'Rc auto nel mix di portafoglio**
Andrea Amadei, Gi director e coo Aviva Italia

14.40 - 15.00 - **Score Creditizi e Big Data come innovazione nell'RC auto**
Natalia Leonardi, head of Centrale dei bilanci Cerved

15.00 - 16.00 - TAVOLA ROTONDA: **Servizi al cliente, riduzione dei costi, contrasto alle frodi: i risultati raggiunti**
Riccardo Gamba, responsabile rete liquidativa esterna gruppo Itas
Paolo Masini, direttore sinistri Cattolica Assicurazioni
Maurizio Monticelli, direttore centrale, responsabile area sinistri Vittoria Assicurazioni
Ferdinando Scoa, direttore sinistri Assimoco
Massimo Treffletti, dirigente responsabile servizio Card accordi associativi antifrode di Ania

16.00 - 17.00 - TAVOLA ROTONDA: **Vendere l'Rc auto oggi**
Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni
Alessandro Castelli, direttore marketing ConTe.it
Barbara Peponi, direttore danni Groupama Assicurazioni
Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia

17.00 - Chiusura lavori

Main sponsor:



Official sponsor:



ITALCLAIM



Taurini & Hazan
STUDIO LEGALE

Iscriviti su www.insurancetrade.it

Scarica il programma completo