

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it

GLASSDRIVE®
Un marchio Saint-Gobain

● LUNEDÌ 16 SETTEMBRE 2019

N. 1600

PRIMO PIANO

Generali lancia un green bond

Il gruppo Generali ha annunciato oggi il lancio di un'offerta di riacquisto di tre titoli subordinati per un importo target nominale aggregato fino a un miliardo di euro. L'operazione avverrà per cassa e riguarda titoli aventi prima data di call nel 2022. Il gruppo ha anche annunciato il lancio del suo primo green bond: l'emissione del nuovo bond tier 2, con struttura bullet e formato "green", rappresenta la prima obbligazione di questo genere emessa da Generali.

L'operazione, spiega una nota, "rientra nella gestione proattiva dell'indebitamento di Generali e mira a rifinanziare in modo efficiente gli strumenti finanziari subordinati aventi prime date di call comprese tra febbraio 2022 e dicembre 2022. Tale rifinanziamento – prosegue la nota – consentirà al gruppo di progredire verso il raggiungimento degli obiettivi previsti dalla strategia Generali 2021 annunciata nel novembre 2018". Gli obiettivi dell'operazione sono principalmente tre: in primis, quello di ridurre l'indebitamento finanziario esterno del Leone di Trieste di circa 250 milioni di euro; in seconda battuta, quello di ridurre gli interessi passivi negli anni futuri; e, infine, quello di raggiungere un profilo di scadenze del debito più equilibrato e ottimizzare al tempo stesso la struttura del capitale regolamentare.

Beniamino Musto

PERITI

Sedgwick Lercari, un approccio open & global

La joint venture guidata dal ceo Alessandro Lercari è una realtà peculiare che fornisce una molteplicità di servizi che integrano quelli prettamente peritali, che sono e restano la core competence del gruppo. La mission dell'azienda è divenire partner di riferimento per la fornitura, a livello globale, di servizi post vendita che spaziano dalla perizia all'outsourcing, al TPA e alle mille opportunità offerte dalle nuove e più avanzate tecnologie, dalla sharing economy e dall'e-commerce

Tutto nasce nel 1998 quando il gruppo Lercari diede vita a Sircus, società specializzata nell'offerta di servizi di outsourcing, innovativi e tecnologici, allora solo per il mercato domestico. "Nell'evoluzione del business – spiega il ceo Alessandro Lercari – già nel 1999 i servizi vennero estesi all'estero, grazie alla partnership con Cunningham Lindsey, società acquistata l'anno scorso da Sedgwick. Sircus è stato quindi il primo passo che ha portato in un solo anno allo sviluppo internazionale".



Alessandro Lercari

I VANTAGGI DELLE PARTNERSHIP

Sedgwick Lercari, joint venture con Sedgwick (conglomerato mondiale nella gestione tecnologica dei sinistri per il mondo assicurativo e non solo, che impiega oltre 26mila professionisti in più di 60 Paesi del mondo), è il logico proseguimento di quella partnership sviluppata più di vent'anni fa, alla costante ricerca di una formula per allungare la catena del valore per sé e per la propria clientela. Sedgwick Lercari si pone come *global partner* di riferimento per la soluzione ottimale e personalizzata dei problemi assicurativi ovunque si verifichino o debbano essere comunque gestiti, in linea con l'evoluzione del contesto e dei rischi e ovunque la globalizzazione imponga un approccio evoluto e multinazionale nella gestione del rischio e del sinistro.

Si tratta di una realtà peculiare e variegata, come spiega lo stesso ceo in questa intervista a *Insurance Daily*, "unica nel panorama italiano che, grazie alla sua flessibilità e all'approccio multidisciplinare, è pronta alle evoluzioni del modello di business andando oltre i tradizionali servizi di puro *claims management*, per rispondere, in modo autonomo e qualificato, alle esigenze e alle richieste che arrivano non solo dal mondo delle compagnie assicurative, ma anche dei loro clienti per la parte di rischio non direttamente dalle stesse coperta". (continua a pag. 2)

INSURANCE REVIEW
È SU LINKEDIN

Segui la pagina

INSURANCE
REVIEW

in

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it **800 01 06 06**

GLASSDRIVE
Un marchio Saint-Gobain

● LUNEDÌ 16 SETTEMBRE 2019

N. 1600

(continua da pag. 1)

UN INTERLOCUTORE UNICO PER MOLTEPLICI ESIGENZE

In questo senso, Sedgwick Lercari fornisce servizi post vendita e TPA, nell'assoluto rispetto degli ambiti di pertinenza delle imprese di assicurazioni o dei broker: "noi ci poniamo quali loro interlocutori e provider esterni. Non vendiamo polizze ma servizi. Il valore aggiunto di questa società è quello di essere flessibili, modulari, di disporre di una struttura tale da poter assorbire picchi di volume e criticità, anche temporanee", sottolinea Alessandro Lercari.

Know how gestionale e peritale, processi di pagamento, supporto nella raccolta e dematerializzazione dei documenti, back office e disponibilità di network convenzionati in Italia e all'estero: "il nostro obiettivo – spiega – è dare ai clienti un interlocutore unico, affidabile e in grado in ogni occasione di risolvere i problemi".

Oltre a disporre di un network peritale a livello globale e di eccellenza (per lo svolgimento di incarichi peritali *incoming* in Italia e *outcoming* nel resto del mondo su programmi internazionali), di consulenti nella varie materie, avvocati, medici legali, il fattore distintivo, nonché il valore aggiunto, dei servizi Sedgwick Lercari, secondo il suo ceo, è l'approccio modulare che permette la gestione del caso diretta (come nel caso della perizia) o in *outsourcing* anche solo di una piccola parte dei processi aziendali che la mandante non intende o non sarebbe in grado di gestire con le proprie risorse. Secondo Lercari, per i clienti è importante avere a che fare con un interlocutore unico: "questo è un fattore distintivo della nostra impostazione, che coniuga l'artigianalità e l'esperienza dei 140 anni di storia del marchio Lercari con il respiro internazionale che le nostre partnership sono in grado di garantire in qualsiasi parte del mondo", sottolinea l'amministratore delegato.

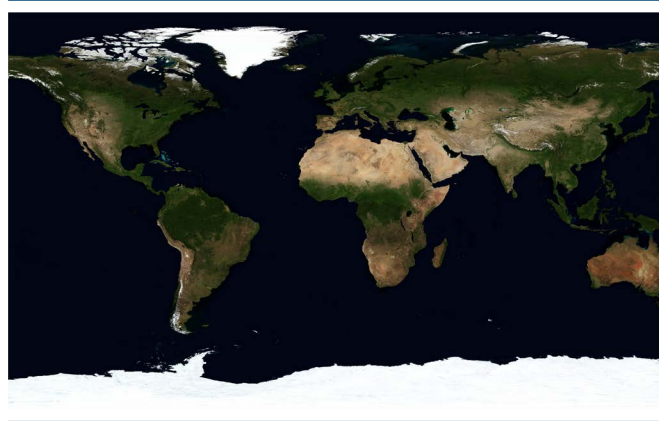
CLIENTI DIVERSI PER SERVIZI DIVERSI

Ma chi sono i clienti principali che si rivolgono alla società? Nel settore dell'*outsourcing*, le compagnie di assicurazioni sono lo zoccolo duro ma, considerata l'evoluzione dei modelli di business, l'azienda opera per gli assicurati delle compagnie, le terze parti, i broker. "Lavoriamo con multinazionali e grandi ditte italiane che esportano su mercati esteri – ricorda Lercari – ma facciamo anche tante attività per gli enti pubblici".

Per esempio, un'azienda che produce un bene in Italia e lo vende all'estero può aver bisogno di servizi a livello locale che la compagnia assicurativa, che le fornisce la copertura, non è in grado di procurarle. "Non forniamo solo i classici servizi di *outsourcing* nei settori *property*, *liability* o *marine* – continua – ma anche strumenti collaterali molto specifici sui quali abbiamo maturato uno specifico know how".

Sedgwick Lercari svolge attività di auditing e due diligence in vista di run off, cut off di riserve e/o M&A, ma anche servizi ad hoc per aziende che si occupano di delivery, con controllo della ricezione della merce, eventuale danneggiamento, con possibilità effettuare perizie.

"Grazie anche al know how e la capillarità della presenza di Sedgwick – chiosa Alessandro Lercari – abbiamo recentemente sviluppato una particolare competenza nel fornire servizi in settori in precedenza inesplorati quali la *new and sharing economy*, l'*e-commerce* e gli affitti temporanei".



F.A.



INSURANCE REVIEW È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

 INSURANCE
REVIEW

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE
Daily

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it Numero Verde Gratuito
800 01 06 06

GLASSDRIVE®
Un marchio Saint-Gobain

● LUNEDÌ 16 SETTEMBRE 2019

N. 1600

LIBRI

Smart working: conoscerlo per apprezzarlo

Un volume di Ugo Serena, underwriter di Generali, analizza vantaggi e opportunità di quello che non è un semplice lavorare da casa: come afferma il titolo del libro, si tratta di lavorare in maniera diversa. E, si spera, più intelligente

Lo smart working è l'ultima frontiera dell'organizzazione aziendale. E pure il settore delle assicurazioni sembra essere stato contagiato dalla novità. Allianz, Aviva e Zurich, tanto per citare alcuni esempi, hanno già adottato forme di flessibilità che consentono ai dipendenti di svolgere almeno parte del loro lavoro lontano dall'ufficio. Eppure, come naturale che sia di fronte alle novità, lo scetticismo non manca. Come si garantisce la produttività dei dipendenti? Come cambia l'organizzazione del lavoro? E ancora, se non c'è più nessuno da controllare in ufficio, cosa fanno i manager? Domande a cui cerca di dare una risposta Ugo Serena, senior underwriter per Austria, Central Eastern Europe e Russia di Generali Cee Holding, con il volume *Il lavoro intelligente – Oltre lo smart working*.

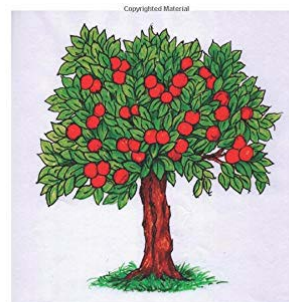
Istruzioni per l'uso

Ugo Serena, alla sua seconda prova da scrittore dopo il precedente *Underwriter – Il mestiere dell'immaginare*, parla di smart working con cognizione di causa: da qualche anno, come spiega nel volume, usufruisce di una certa flessibilità che gli consente di svolgere parte del suo lavoro lontano dall'ufficio. E ha avuto pertanto modo di sperimentare tutti i vantaggi e le criticità del lavorare da casa, maturando quell'esperienza che adesso mette a disposizione del lettore nelle pagine del suo volume.

Leggero, sintetico e a tratti persino ironico, il libro si presenta come un piccolo vademecum per neofiti. Indicazioni e consigli utili ricorrono ripetutamente fra le pagine del volume, fornendo risposte a chi si avvicina per la prima volta allo smart working e pure a chi, pur continuando a lavorare in ufficio, desidera fare quello che ha sempre fatto in maniera più efficace e intelligente. Già, perché lo smart working, come si capisce già dal titolo, non è il semplice lavorare da casa: è un nuovo modello di organizzazione del lavoro che, se sfruttato pienamente, porta con sé numerosi vantaggi.

Lavorare in maniera intelligente

La prima parte del volume, dedicata proprio ai vantaggi dello smart working, delinea una situazione win-win: ci guadagna il dipendente, che può conciliare meglio gli impegni privati e quelli lavorativi, e ci guadagna il datore di lavoro, che non è



Il Lavoro Intelligente

Oltre lo smartworking

Ugo Serena

più chiamato a sostenere costi esorbitanti per uffici enormi diventati inutili. Anche la comunità generale sembra beneficiarne. Basti a tal proposito l'esempio della Xerox, citato nelle battute iniziali del volume: grazie a un programma di smart working che ha coinvolto appena il 10% dei dipendenti, nel 2014 l'azienda ha ridotto le emissioni di CO2 di 40.900 tonnellate.

La transizione, tuttavia, può non rivelarsi facile: passare dal controllo dell'ufficio all'autonomia della propria abitazione può essere per qualcuno assai difficoltoso. Ed è qui che, a detta di Serena, entra in gioco il manager. Un manager che, nell'epoca dello smart working, deve per forza essere smart. "Il manager smart assumerà un ruolo non più di controllo e divisione del lavoro, ma di coaching", si legge all'inizio della seconda parte, dedicata appunto al nuovo modello di management. Essere manager al tempo dello smart working, in questo contesto, significa essere in grado di ridefinire le gerarchie, porre obiettivi credibili a un dipendente che sa non essere più controllato costantemente, offrire l'autonomia e la trasparenza necessaria per consentire a tutti di fare al meglio il proprio lavoro anche lontano dall'ufficio.

L'ultima parte è invece dedicata al lavoratore. Attraverso il contributo di saggi e riflessioni di esperti del settore, si tratteggia l'identikit di quello che viene definito il "lavoratore disfunzionale", e si offrono consigli utili per superare anni di abitudini e abbracciare pienamente le opportunità dello smart working. Il passaggio, come accennato, non è facile: servono organizzazione, disciplina, impegno, senso di responsabilità, capacità di abbandonare abitudini giustificate soltanto dal tempo. E magari anche l'aiuto di un buon libro.

Giacomo Corvi

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 16 settembre di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

PARABREZZA
ROTTO?

NON ASPETTARE



INSURANCE Daily

● LUNEDÌ 16 SETTEMBRE 2019

N. 1600

Oltre 160 centri
in tutta Italia.

Scopri quello
più vicino a te!

www.glassdrive.it Numero Verde Gratuito 800 01 06 06

GLASSDRIVE® Un marchio Saint-Gobain

Convegno



insuranceTrade®
WWW.INSURANCETRADE.IT

8 OTTOBRE 2019

MILANO

09.00 - 17.30

Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

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

- 09.00 - 09.30 - Registrazione
- 09.30 - 09.50 - **Il ruolo degli agenti nella customer experience omnicanale**
Presentazione dell'Osservatorio sulla Distribuzione assicurativa
Marco Barilli, sales director Italy & Greece di Toluna Italy
Giorgio Lolli, manager mercato e finanza di Scs Consulting
- 09.50 - 10.10 - **Risultati e programmi per la valorizzazione della rete agenziale**
Simone Salerni, direttore commerciale di Allianz
- 10.10 - 10.30 - **Prodotto assicurativo e trasparenza nei comportamenti: come cambia il rapporto tra compagnie e intermediari?**
Carlo Galantini, Galantini & Partners studio associato
- 10.30 - 10.50 - **Riorganizzare la professione di intermediario gestendo priorità, obblighi e responsabilità**
Andrea Dalla Villa, responsabile area sinistri di Cgpa Europe
- 10.50 - 11.10 - **Professional Indemnity: mercato, opportunità e soluzioni**
Marcello Lombardini, direttore sviluppo commerciale di ArgoGlobal Assicurazioni
- 11.10 - 11.30 - Coffee break
- 11.30 - 12.45 - **TAVOLA ROTONDA: L'evoluzione dell'intermediario professionista, tra problematiche e opportunità**
Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia
Stefano De Polis, segretario generale di Ivass
Claudio Demozzi, presidente di Sna
Luca Franzì De Luca, presidente di Aiba
Vittorio Verdone, direttore corporate communication & media relation del gruppo Unipol
Luigi Viganotti, presidente di Acb
Ania ()*
- 12.45 - 13.00 - Q&A
- 13.00 - 14.00 - Pranzo
- 14.00 - 14.20 - **Tutelare il cliente valorizzando la sicurezza in auto**
Marco Lovisetto, general manager di Doctor Glass
- 14.20 - 14.40 - **Business travel, analisi dei bisogni e direttrici di sviluppo**
Riccardo Torchio, chief marketing & communication officer di Europ Assistance Italia
- 14.40 - 15.00 - **Il progetto di rappresentanza degli Agenti UnipolSai Associati (Aua)**
Angelo Colia, Paola Minini, Jean François Mossino, Nicola Picaro, Enzo Sivori, comitato dei presidenti di Aua, Agenti UnipolSai Associati
- 15.00 - 15.20 - **Gli intermediari e il superamento del concetto di ripristino**
Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per
- 15.20 - 15.40 - **Quando la rete agenziale è una leva competitiva**
Rappresentante di Aviva
- 15.40 - 16.00 - **Il vantaggio di fare squadra per gestire la complessità e sostenere il cambiamento**
Lucia Mauro, docente Cineas del Master in management & leadership skills
- 16.00 - 17.15 - **TAVOLA ROTONDA: L'agenzia del futuro, quali interventi sulla struttura organizzativa, l'operatività e la capacità di generare business?**
Roberto Conforti, presidente di Uea
Marco Lamola, direttore distribuzione canali professionali di Cattolica
Alessandro Lazzaro, responsabile della commissione distribuzione dell'Unione agenti Axa
Donato Lucchetta, presidente del Gruppo agenti Cattolica
Dario Piana, presidente del Gama e presidente del comitato dei gruppi aziendali di Sna
Sebastiano Spada, presidente di Ulias
Enrico Ulivieri, presidente del Gruppo agenti Zurich
- 17.15 - 17.30 - Premiazione agenti

(*) invitato a partecipare

Main sponsor:



Official sponsor:



Global Assistance



Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo