



PIACERE, ACE EUROPE

[n. 1 - marzo 2009 - anno VI]

Quadrimestrale - Registrazione al Tribunale di Milano n. 145 dell'8/03/2004

®

In evidenza

2 PROTAGONISTI

La food valley italiana ora guarda a Est

4 PERSONE

Technical Lines, il futuro è rosa

6 PROGETTI

Risparmi, servizi e garanzie per gli italiani in viaggio

7 PROTAGONISTI

Sfidare la crisi con l'innovazione

PIACERE, ACE EUROPE: IL NUOVO LOOK

L'edizione 2009 del magazine sarà caratterizzata da un vero e proprio restyling della grafica e del progetto editoriale, con uno stile più snello e accattivante. Cinque rubriche, identificate anche cromaticamente, guideranno il lettore alla scoperta dei contenuti di *Piacere, ACE Europe* e della varietà dei temi trattati.

Creata nel 2004 con l'idea di disporre di uno strumento di comunicazione con gli interlocutori privilegiati della compagnia, la newsletter continuerà a rivolgersi sia ai broker che ai clienti per fornire notizie e aggiornamenti sul mercato assicurativo, sui servizi di ACE e la sua organizzazione aziendale.

La food valley italiana ora guarda a Est



Nell'immagine sopra, impianto per l'asciugatura dei prosciutti

Leader per la realizzazione di impianti per la stagionatura del prosciutto di Parma e del San Daniele, con sessanta dipendenti e un fatturato che nel 2008 ha superato i 14 milioni di euro, Frigomeccanica è una di quelle aziende che ha fatto delle specialità della food valley italiana un motore di business. Nata nel 1962 a Sala Baganza (in provincia di Parma) grazie alla creatività e alle competenze degli imprenditori Renato Remedi – scomparso nell'ottobre scorso – e Franco Maggiani, attuale Presidente della società, Frigomeccanica si è sviluppata nel corso degli anni proprio grazie allo scambio quotidiano di esperienze con le aziende locali che operano nella lavorazione e stagionatura della carne e del formaggio.

L'intuizione degli imprenditori di offrire ai prosciuttifici un supporto tecnologico sofisticato che potesse aiutarli nella fase di stagionatura – in un periodo in cui molto veniva ancora affidato a metodi “artigianali” – si è brillantemente sposata con il desiderio di rispondere in maniera sempre più precisa alle esigenze dei propri clienti, ma anche di ampliare la gamma di prodotti offerti, rivolgendosi anche ad aziende specializzate in altri prodotti, dal culatello al salame di Felino, fino al parmigiano e all'ortofrutticolo.

“Oggi Frigomeccanica copre il 95% del mercato degli impianti per la stagionatura del San Daniele e circa il 75% di

quelli per il prosciutto di Parma realizza progetti per impianti di stagionatura di tutti gli insaccati nazionali; per citarne un paio a forte connotazione regionale direi speck e bresaola” afferma **Ferdinando Terzi**, *consulente di direzione* con una solida esperienza multinazionale nel food, che oggi supporta il management dell'azienda nella strategia e nelle scelte operative. “Negli anni '70, quando il prosciutto è diventato un prodotto appetibile anche nei grandi mercati di consumo, nel Langhirano sono stati fatti importanti investimenti da parte di grandi gruppi, approdati in quest'area per il particolare mi-

croclima che favorisce la qualità del prosciutto, ma che già producevano anche altri insaccati” racconta Terzi.

Questo scenario ha consentito a Frigomeccanica di ampliare la gamma degli impianti progettati, che sono sempre caratterizzati da una forte customizzazione, perché ad ogni prodotto fa necessariamente capo un impianto diverso, diciamo, “sartoriale”. Questa caratteristica, che porta a realizzare un numero relativamente limitato di impianti ogni anno (circa 100), è uno degli elementi che ha portato l'azienda, nel corso del tempo, a esternalizzare la produzione vera e propria, valorizzando la fase di progettazione. “A partire dagli anni '80 molte realtà di media dimensione hanno capito che occorreva puntare sull'outsourcing per alcune fasi di lavorazione, riducendo quelle spese che altrimenti avrebbero penalizzato il costo finale dell'impianto” spiega Terzi.

Oggi Frigomeccanica ha uno staff di quattordici progettisti, quasi tutti ingegneri meccanici, che sviluppano lo studio dell'impianto a stretto contatto con il cliente e sulla base dei suoi particolari bisogni. “L'azienda si rivolge a fornitori locali per la produzione di singole parti della macchina, ma l'assemblaggio viene realizzato sempre da noi, a garanzia di

**IDENTIKIT
DI FRIGOMECCANICA,
AZIENDA
SPECIALIZZATA
NELLA REALIZZAZIONE
DI IMPIANTI
PER LA STAGIONATURA
DELLA CARNE
E DEL FORMAGGIO**

Sotto, locale di lavorazione condizionato da Frigomeccanica





Una camera bianca, locale condizionato per il confezionamento di prodotti alimentari

una qualità che non viene mai meno” dichiara il manager.

DIVERSIFICARE E CONQUISTARE NUOVI MERCATI

Tra i punti di forza della società c'è infatti un notevole know how tecnico, necessario per contribuire alla realizzazione di prodotti noti e diffusi in tutto il mondo, a garanzia dei quali vigilano i disciplinari dei Consorzi che ne tutelano l'originalità e la qualità, come quello del Prosciutto di Parma e del Formaggio Parmigiano-Reggiano. Un know how che Frigomeccanica intende sfruttare per puntare sempre più alla diversificazione dei prodotti – come gli impianti per il settore ortofrutticolo – ma anche per uscire dal mercato nazionale. Un percorso già iniziato quest'ultimo, e che ha portato ottimi risultati: “Nei mercati che abbiamo scelto di approcciare abbiamo sempre conquistato una posizione di leadership, come è accaduto negli Stati Uniti, in Argentina, in Francia, e oggi l'estero rappresenta il 15% del nostro fatturato” rivela Terzi.

Ma l'azienda sta già lavorando per raggiungere nuovi obiettivi, anche se si agirà per step gradualmente. Il primo è quello di puntare sempre più a Est, partendo dalle ottime basi poste in Slovenia e Serbia e facendo della Russia l'epicentro di questo nuovo sviluppo, passando dalla Romania, dalla Bulgaria e dalle regioni dell'ex Unione Sovietica. Una strada che può lentamente portare anche in estremo Oriente, ma con una premessa molto chiara: “Non possiamo contare su di una ulteriore contrazione del margine industriale per conquistare nuovi mercati. Piuttosto pensiamo di creare prodotti

meno sofisticati, preservando la qualità, che vadano incontro alle esigenze di un nuovo tipo di clienti”. Lo stesso vale per alcune aree europee, come ad esempio la Spagna, dove occorre essere estremamente competitivi.

In un anno come il 2009, in cui la maggior parte delle aziende sceglie posizioni di difesa più che di attacco, Frigomeccanica parte con un buon punteggio, visto che il portafoglio ordini è già superiore a quello di partenza del 2008. Una conferma dell'ottimo lavoro portato avanti fino ad oggi e che consente di iniziare a perseguire concretamente gli obiettivi posti. Senza dimenticare che il consolidamento della posizione raggiunta rimane quest'anno una priorità, sia a livello finanziario che di risorse umane. “Purtroppo l'attuale clima economico non consente alla maggior parte delle imprese di lanciarsi in nuove avventure, malgrado io creda che il made in Italy abbia ancora delle potenzialità enormi fuori dal territorio nazionale,” afferma Terzi. “Perché esportare tecnologia per produrre insaccati tipici italiani in loco significa comunque esportare l'immagine dell'Italia, e sarebbe un traino per tutti se un numero maggiore di aziende italiane andassero nella stessa direzione, diffondendo all'estero anche un modo di fare impresa tipico di molte realtà italiane in cui l'imprenditore, la famiglia si identificano completamente con l'attività dell'azienda”.

Un aspetto che costituisce un altro punto di forza di Frigomeccanica, visto che la “reperibilità” dell'imprenditore da parte dei propri clienti è un suo punto d'onore e una vocazione, che ha consentito

RISCHI, L'IMPORTANZA DEL PARTNER GIUSTO

Fortemente orientata alla protezione, Frigomeccanica è molto sensibile all'evolversi dei rischi assicurativi e si è quindi dotata di tutte le coperture indispensabili per il proprio tipo di attività – dalle garanzie RC a quelle Property –, anche grazie alla consulenza dello Studio Garulli Insurance Broker, partner di ACE European Group. Un sodalizio consolidato da tempo, ma testato di recente proprio a causa di un sinistro avvenuto presso l'impianto di un importante cliente dell'azienda.

“Il sinistro è stato gestito con serietà e professionalità da tutte le parti in causa – afferma il consulente di direzione Ferdinando Terzi – dal nostro cliente al perito incaricato, dal broker alla compagnia di assicurazioni ACE. La lucidità e la concretezza di tutti i soggetti coinvolti hanno consentito a Frigomeccanica, successivamente al primo contatto con il cliente, di lasciare ad ACE la completa gestione della pratica, senza che questa situazione compromettesse in alcun modo i rapporti e le consuete attività con il cliente. In un clima di totale collaborazione abbiamo quindi potuto risolvere anche i problemi tecnici sorti, con la piena soddisfazione del nostro cliente”.

di implementare con successo anche le attività organizzate di “after sales”. Quindici furgoni aziendali si muovono quotidianamente per fornire assistenza diretta presso i clienti su tutto il territorio nazionale ed europeo offrendo servizi che rappresentano una buona fetta dei ricavi, pari nel 2008 a circa 3 milioni di euro sui 14 totali. Un'attività redditizia quindi, ma anche il suggello di un approccio che ha fatto della serietà, della pragmaticità e della qualità gli elementi chiave di un modo tutto italiano di essere imprenditori, modo di far azienda che Frigomeccanica vuole continuare con la sfida generazionale oggi raccolta dagli eredi dei fondatori.

TECHNICAL LINES, IL FUTURO È ROSA

Approdato in ACE nel 2006 come Underwriter con la responsabilità tecnica di alcune linee, dal 1° gennaio **Paolo Tassetti** è responsabile delle *Technical Lines*. In seguito a questa nomina la divisione – già dotata di uno staff e di competenze specifiche – si separa dal Fire e diventa una Linea di business autonoma. Il segnale della compagnia è chiaro: si tratta di un settore destinato a crescere e per questo, anche in Italia come negli altri paesi europei, la struttura è “uscita allo scoperto”. Abbiamo chiesto al manager di fornirci una panoramica della sua attività e, soprattutto, una previsione sul futuro del settore.

Perché ACE Italy ha deciso di suddividere il Property in due linee indipendenti?

Sicuramente una linea indipendente consente di assecondare al meglio il desiderio di ACE di focalizzarsi in maniera più energica sul settore, sviluppando nuove strategie e progetti e puntando a migliorare anche la produzione. Un responsabile dedicato ha quindi l'obiettivo di incrementare la visibilità della nostra offerta sul mercato.

Quali sono le aree di interesse delle Tech Lines?

Ognuno dei settori presente nella divisione è caratterizzato in maniera molto specifica. La Power Generation riguarda le coperture dedicate all'esercizio di centrali tradizionali di medio/grande taglio e agli impianti di energie rinnovabili (fotovoltaico, eolico, biomassa, termovalorizzatori). L'IT (Information Technology) si occupa dei rischi elettronici ed informatici per aziende che vanno dalle telecomunicazioni agli istituti finanziari, dalla sanità all'editoria. Il settore del Montaggio copre tutte le realtà industriali (e quindi anche le centrali elettriche). Infine il Guasto Macchine offre garanzie per i guasti alle

attrezzature in attività industriali medio-grandi, mentre Energy è focalizzato sui grandi impianti dell'Oil & Gas, dell'industria chimica e farmaceutica.

Quali sono le criticità con i vostri interlocutori?

A livello di cultura assicurativa il settore più penalizzato è quello dell'Information Technology perché né i clienti né, a volte, i broker sono consapevoli dei rischi che un'azienda corre dal punto di vista della perdita dei dati, che il più delle volte può comportare una vera e propria interruzione del business.

Cresce l'interesse della compagnia e del mercato per i rischi tecnologici

Come è posizionata attualmente ACE in questi mercati?

Nonostante le tendenze generali del mercato assicurativo, il 2008 è stato un anno di grande crescita per tutta la linea. Il Montaggio, tra i tre segmenti più importanti per la nostra compagnia, ha registrato nel corso dell'ultimo anno un vero e proprio boom, che ha visto il giro d'affari più che raddoppiato. Il Power e l'IT hanno risentito in maniera più rilevante della progressiva contrazione dei premi ('soft market') e quindi, per scelta aziendale, si è preferito non assumere molti rischi perché non tassati correttamente. Nonostante ciò il risultato è stato positivo anche per queste linee, sebbe-

ne alcuni sinistri importanti (soprattutto nel Power, caratterizzato non da sinistri frequenti ma da picchi) abbiano penalizzato la nostra redditività rispetto al 2007. Malgrado l'attuale situazione di mercato, una maggiore focalizzazione da parte della compagnia ci ha consentito di cogliere opportunità interessanti, e di dimostrare la nostra competitività su questa tipologia di rischi: a nostro favore giocano l'esperienza, competenze tecniche specialistiche e un target di mercato medio alto e, quindi, piuttosto selettivo.

Quali sono gli obiettivi e le strategie di ACE nei tre segmenti tecnologici di riferimento?

La compagnia investirà in tutti e tre i settori di punta. La nostra strategia prevede uno spostamento sempre più marcato su un target di clienti medio-alto, dove otteniamo i risultati migliori grazie alla nostra specializzazione e a un approccio *tailor made*. Nel 2009 dovremo inoltre consolidare i risultati ottenuti e crescere in efficienza, visto che il nostro ufficio ora ha una propria struttura autonoma. Ma soprattutto dovremo posizionarci con maggiore chiarezza e determinazione sul mercato esterno, sia dei broker che delle aziende.

Che valore hanno le sinergie con le altre lines della compagnia?

Come altre compagnie, ACE sta lavorando a un incremento costante delle sinergie tra le lines per offrire ai clienti soluzioni complete. Resta solida la relazione con il Fire, mentre sta crescendo il collegamento con il Marine, con cui dialoghiamo di frequente soprattutto nell'area del montaggio e in particola-

QUALI RISCHI

Nelle Technical Lines preoccupa non solo la frequenza ma anche la punta di rischio: questo significa che oltre ai danni frequenti di piccola/media entità, possono accadere sinistri catastrofici, sia per il cliente che per la compagnia.

Montaggi

I fenomeni naturali come le alluvioni, la grandine e il vento sono rischi frequenti, ma un danno da terremoto – che può distruggere tutto – è senz'altro un rischio di punta. Decisamente critica è poi la fase del collaudo perché l'impianto è già completamente montato e sotto rischio ma, all'accensione, può accadere qualsiasi cosa: esplosione, rottura, mancato funzionamento.

Information Technology

Oltre ai danni materiali, quali l'allagamento (es. centri di calcolo situati in ambienti sotterranei) o incendi (e/o danni da fumo), i danni immateriali – importanti ma spesso sottovalutati – possono essere rilevanti (es. perdita di dati e/o programmi, virus, hacker) soprattutto per le aziende altamente informatizzate quali banche e società di servizi.

Power

Tra i rischi più importanti c'è il guasto alle macchine e l'incendio. Pensiamo a una centrale elettrica tradizionale: se si rompe una turbina elettrica si può profilare un danno diretto di decine di milioni di euro a cui va aggiunto il conseguente danno indiretto da interruzione del servizio. Nel mondo delle energie rinnovabili i danni da eventi naturali (es. grandine e fulmini) e il furto (es. fotovoltaico) possono essere rilevanti.



re nell'ambito delle energie rinnovabili, un segmento che sta crescendo molto. In alcuni settori offriamo già prodotti combinati, come nel caso del Power e della Responsabilità Civile: nel fotovoltaico infatti disponiamo di un'unica soluzione che comprende sia le coperture Property (specifiche delle Tech Lines) sia l'RC. Infine lavoriamo spesso in team con il ramo Financial Lines a supporto dei prodotti dell'Information Technology.

L'UFFICIO SINISTRI
DI ACE SI RIORGANIZZA
PRESERVANDO
L'APPROCCIO VINCENTE
ORIENTATO AL CLIENTE

CLAIMS: focus su qualità del servizio e competenze specialistiche

La gestione dei sinistri è sempre stata un fiore all'occhiello di ACE: per l'efficienza, la competenza specialistica delle risorse e un innovativo modus operandi – forse unico in Italia – che vedeva lavorare fianco a fianco, all'interno della stessa Business Unit, assuntori e liquidatori di uno stesso ramo. Un approccio, questo, realmente orientato al cliente, che è stato riconosciuto dal mercato come un grande punto di forza della Compagnia. Ma ACE, forte di una visione internazionale e orientata a un miglioramento costante dei propri standard operativi, oggi guarda oltre. E innova ancora la propria struttura.

Il primo passo è stato l'ingresso di **Marcella Accoto**, *Claims Manager* dal 2007, come figura di coordinamento delle strutture sinistri oltretutto nella gestione dei sinistri più complessi. “Negli ultimi anni la

compagnia è cresciuta nelle risorse e nei volumi del business – spiega la manager – ed è importante adeguarne l'organizzazione e la struttura per preservare e incrementare gli elevati standard qualitativi di servizio ai quali i nostri clienti sono abituati. La nostra logica è e resta quella dell'efficienza e della qualità del servizio, e per attuarla abbiamo ripensato non solo i flussi di lavoro, ma anche lo spazio fisico in cui lavorare”.

Per questo oggi il personale del Claims è disposto su unico piano, suddiviso in due macrouffici, denominati **High-Value Claim** e **High Frequency Claim**: il primo gestisce i sinistri di valore economico più elevato e per casistica più complessi, il secondo quelli che, per loro natura, sono caratterizzati da un'elevata frequenza. “La nuova organizzazione valorizza l'approccio tecnico di ACE su tutti i fronti di attività, elemento che ci distingue come una compagnia estremamente specialistica. E soprattutto ci aiuta a gestire in

maniera corretta i flussi di lavoro, il controllo delle procedure, la registrazione e il pagamento dei sinistri, tutto quello che sostanzialmente determina la qualità del servizio e quindi la soddisfazione finale del cliente” dichiara Marcella Accoto. La trasformazione del Claims si configura dunque come un passo in avanti, che non vede più necessaria la vicinanza fisica dei liquidatori con gli assuntori, visto che la collaborazione e il dialogo tra i due fronti sono stati praticati per anni fino ad essere metabolizzati come standard di lavoro da parte del personale.

Il Claims ha anche avviato un piano strutturato di visite ai broker con l'obiettivo di presentare e promuovere il livello di servizio di ACE. “Ci muoviamo insieme agli assuntori sulla base delle esigenze che ci vengono segnalate dai Line Managers o dagli Area Managers, a supporto del business dell'intera compagnia” conclude la manager.

RISPARMI, SERVIZI E GARANZIE PER GLI ITALIANI IN VIAGGIO



Il viaggio è ormai diventato solo una delle svariate e consuete attività della nostra vita. E quindi, che sia per diletto o per affari, il nostro obiettivo è quello di ammorbidire sempre più le linee di confine tra le abitudini del quotidiano e quelle del soggiorno all'estero e, tra le prime necessità, c'è senz'altro quella di mantenere il contatto telefonico con i nostri interlocutori, privati o professionali che siano. Ma spesso non basta. Nel corso di un soggiorno all'estero possono sorgere problemi o esigenze inattese, non sempre risolvibili con il supporto locale dell'albergatore o del tour operator. E inoltre potremmo aver bisogno anche prima di partire di una serie di informazioni difficili da reperire in autonomia. Sullo sfondo di questo scenario è nata la partnership tra ACE Europe e Zeromobile, costruita sulla base di un modo innovativo di fare business da parte di entrambe le aziende, e destinata ad offrire un interessante ventaglio di servizi agli italiani che si trovano temporaneamente all'estero.

Parola d'ordine: innovazione

Operatore di riferimento per il business travel e fortemente interessata a far crescere il segmento "viaggi" tout court, ACE offre da tempo ai viaggiatori garanzie che esulano dalle coperture standard fornite in abbinamento a un pacchetto turistico. Basti pensare al rischio guerra, importante per coloro che – soprattutto per lavoro – si trovano talvolta in Paesi dove i pericoli sono reali. "Pensiamo di poter offrire molto in questo settore – rivela **Orazio Rossi**, Deputy Country Manager di ACE. – Un target che stiamo osservando con grande attenzione è quello degli studenti: sembra infatti che circa 50.000 giovani trascorrono ogni anno del tempo all'estero, e non solo per vacanza. Inoltre la nostra compagnia è già l'assicuratrice del programma Erasmus in Belgio".

Primo operatore globale di telefonia mobile italiano, Zeromobile è stata fondata nel 2007 con l'obiettivo primario di abbattere i costi telefonici dei viaggiatori italiani all'estero e ha iniziato a fare concorrenza agli operatori classici dall'aprile scorso grazie alla tecnica del "call back": una semplice SIM inserita nel telefonino dell'utente

Grazie a un accordo siglato tra ACE e Zeromobile, gli utenti dell'operatore telefonico usufruiranno di servizi turistici, assistenziali e legali

consente di risparmiare fino all'85% per le chiamate in uscita e fino al 100% per le chiamate in entrata. "Garantiamo una copertura in 170 Paesi e vendiamo già la nostra SIM presso 800 agenzie di viaggio, ma siamo convinti che la chiave del successo sia quella di offrire ai nostri clienti un ventaglio sempre più ampio di servizi" afferma **Manuel Zanella**, Amministratore dell'azienda partecipata da Ennio Doris, il Presidente di Mediolanum che ha creduto da subito nel progetto.

Valore aggiunto per tutti

La SIM Zeromobile, insomma, è destinata a percorrere una lunga strada, grazie ai risparmi che permette e alla semplicità di utilizzo: l'utente continua a ricevere le chiamate che arrivano sul proprio cellulare italiano grazie al trasferimento di chiamata, e per chi viaggia spesso è disponibile uno "Zerofonino", ovvero un cellulare dove è possibile inserire sia la sim Zeromobile sia quella italiana, attive contemporaneamente.

L'idea di associare alla SIM Zeromobile un piano assicurativo "travel" e una gamma di servizi informativi e legali è nata da un incontro casuale, in cui sono emerse da subito le affinità di approccio tra le due aziende e il desiderio di fare business insieme. "Offrire i nostri servizi in abbinamento alla SIM Zeromobile è un modo sia per ACE che per il nostro partner di caratterizzarsi maggiormente, e naturalmente di ampliare il target di clienti potenziali" conferma Rossi. Grazie a questa partnership è stato assegnato ad ACE Europe il terzo premio dell'Innovation Award 2008, promosso dal quotidiano finanziario MF che premia i prodotti più innovativi e le strategie di marketing più originali del settore assicurativo.

I clienti Zeromobile oggi dispongono quindi di una polizza viaggi di ampio respiro, che comprende ad esempio la possibilità da parte di ACE di anticipare i costi delle spese mediche fino a un massimo di 10.000 euro. E persino di disporre di assistenza legale sul posto. Al cliente Zeromobile viene inoltre fornito il numero telefonico della centrale operativa alla quale chiedere informazioni prima della partenza e durante il soggiorno. Ma siamo solo all'inizio: "Stiamo già lavorando con ACE a nuovi progetti che ci permetteranno di offrire servizi appetibili ai diversi segmenti della nostra clientela" conclude Zanella.

COSA ASSICURA LA PARTNERSHIP

Per usufruire del pacchetto offerto da ACE in abbinamento alla SIM Zeromobile è sufficiente chiamare – al costo di una telefonata verso l'Italia – il numero della centrale operativa preregistrato all'interno della SIM (096).

Informazioni pre-viaggio La Centrale operativa fornisce informazioni relative a: il Paese di destinazione, visti e passaporti, vaccini obbligatori, dogana e relative restrizioni, cambi monetari, Ambasciate o Consolati.

Travel service Durante il soggiorno è possibile richiedere informazioni su: interprete, autista, guardia del corpo e baby sitter; indirizzi di alberghi e residence; indirizzi di agenzie di viaggi ed uffici di rappresentanza delle compagnie aeree; indirizzi di ambasciate e uffici del turismo.

Assistenza legale ACE Europe provvede su richiesta a reperire un legale sul posto se, mentre si trova all'estero, il cliente è sottoposto a

provvedimenti carcerari, o minacciato in tal senso dalle Autorità locali, per danni involontariamente causati ad altra persona o per violazioni non dolose a leggi e regolamenti anche in relazione a fatti legati alla circolazione stradale.

Anticipo spese mediche In caso di spese mediche, farmaceutiche e chirurgiche da sostenere a seguito di ricovero ospedaliero per infortunio e/o malattia improvvisa, ACE Europe anticipa un massimo di 10.000 euro per evento e per anno contro opportuna garanzia bancaria.

Medico d'emergenza e medicinali In caso di necessità la Centrale Operativa provvede a reperire urgentemente un medico convenzionato o a organizzare il trasferimento nel centro medico idoneo più vicino. È anche previsto l'invio di specialità medicinali non reperibili in loco (ma regolarmente registrate in Italia) in mancanza di medicinali locali sostitutivi.

Sfidare la crisi con l'innovazione

Il mercato assicurativo vive di riflesso rispetto a quello economico e quindi, per delineare un possibile scenario dell'anno appena iniziato, dobbiamo sicuramente osservare l'andamento delle aziende. È chiaro che si nota una certa 'sofferenza', ma non in maniera generale e indiscriminata. Tra i settori maggiormente colpiti c'è quello dell'automotive, che comprende una serie di piccole e medie aziende che lavorano come subfornitrici dei marchi più noti: oltre a un calo degli ordini, sta emergendo infatti un problema di liquidità, che pone in una posizione di estrema debolezza alcune realtà di nicchia.


Tuttavia tra i nostri clienti si avverte per ora solo una leggera contrazione degli

Ma questa è un'importante indicazione per interpretare lo scenario attuale.

Puntare sul nuovo

Se, infatti, un certo malessere sarà generalizzato, le aziende maggiormente all'avanguardia, quelle che si muoveranno su mercati e paesi emergenti soffriranno meno o per niente. Penso, ad esempio, a realtà che puntano sull'ecologia e sul risparmio energetico e a tutti quei prodotti innovativi che, presto o tardi, troveranno mercato.

Un esempio concreto, nel settore dell'illuminotecnica, sono i led di ultima generazione ad alta efficienza, che funzionano con una potenza installata pari a un decimo di quella dei prodotti tradizionali, consentendo quindi un risparmio sia



**IL 2009
PREMIERÀ SEMPRE
PIÙ LE AZIENDE
E LE COMPAGNIE
CHE SAPRANNO
GUARDARE AVANTI:
LO SOSTIENE
IL PRESIDENTE
DELLA SOCIETÀ
DI BROKERAGGIO
MARGAS**

affari e, in alcuni casi, le aziende che operano in mercati diversificati e aperti al mondo, riescono a compensare le perdite del mercato interno con le esportazioni o con prodotti che continuano a crescere. E se è vero che l'andamento generale non è entusiasmante come due o tre anni fa, osserviamo alcune aziende – fornitrici della grande distribuzione non alimentare – che vantano incrementi percentuali di vendita a due cifre.

È vero, però, che il nostro è un osservatorio particolare, perché a rivolgersi a una società di brokeraggio specializzata come la nostra sono soprattutto aziende che eccellono all'interno del proprio mercato di riferimento, e che quindi sentono meno delle altre la crisi in corso.

energetico che economico.

Dal punto di vista delle compagnie, invece, ritengo che gli affari registrino sicuramente una contrazione di qualche punto, ma che a influire sull'andamento degli utili sia e sarà soprattutto – e in maniera indiretta – il mondo finanziario.

Quello che possiamo dedurre da una lettura attenta dai dati degli ultimi mesi è che i profitti delle assicurazioni diminuiranno a causa della negatività della gestione finanziaria: a mio parere non è quindi la sinistrosità ad essere cambiata, né sono i premi ad essere scesi in maniera eclatante, mentre sta necessariamente peggiorando il ritorno degli investimenti finanziari, a causa del crollo

L'AZIENDA

La società di brokeraggio Margas è stata fondata a Padova nel 1980 dall'Ing. Luigi Burei, che dal 2002 è membro del Comitato per il Fondo di Garanzia dei Brokers istituito presso ISVAP e con la Legge 209/05 trasferito presso CONSAP, e da oltre dieci anni fa parte dal Direttivo di AIBA, di cui è stato anche vice presidente nel triennio 2004/2007.

Società di brokeraggio specializzata nel ramo aziende, con un portafoglio che privilegia i settori di mercato tipici dell'economia veneta – la lavorazione della plastica e del legno – Margas vanta una solida fidelizzazione dei clienti acquisiti, grazie al costante impegno dello staff nel comprendere le esigenze e i rischi. La società è in grado di seguire i clienti anche all'estero, grazie alla rete di partnership costruita nel corso degli anni.

dei mercati finanziari e della situazione economica generale.

La ricetta anticrisi

Come per le aziende, allora, credo che la strategia migliore per affrontare questo 2009 sia, per le compagnie e i broker, quella di essere sempre un passo avanti, coltivando le idee più innovative. In pratica questo significa assicurare nuovi rischi, puntando sui settori emergenti come quello delle energie rinnovabili e, in generale, su tutto quanto è legato all'ecologia. È per questo che noi stiamo già studiando i nuovi rischi legati alla realizzazione e gestione di piccole centrali elettriche ad acqua fluente o con pannelli fotovoltaici, di parchi eolici, di impianti geotermici.

Il futuro non potrà che darci ragione perché oggi è diventato vitale trovare nuove fonti di energia e prevenire l'inquinamento.

Ing. Luigi Burei, Presidente di Margas Srl

PROGETTI

Cambio di email per tutto il personale di ACE

Strumento indispensabile di comunicazione a tutti i livelli aziendali, anche l'indirizzo di posta elettronica rientra ormai nelle strategie di marketing. Non è un caso quindi che ACE European Group abbia deciso di modificare in tutto il mondo l'estensione dell'indirizzo di posta elettronica, a conferma di un piano che punta a rafforzare sempre più il brand della compagnia. Da `nome.cognome@ace-ina.com` si è passati quindi a `nome.cognome@acegroup.com`, un indirizzo più semplice da scambiare con clienti e partner e soprattutto più rappresentativo dell'attuale posizionamento del Gruppo nel mondo.

L'estensione `@ace-ina.com` risale al 1999, quando ACE Group si fuse con



CIGNA, ereditando in tal modo la ricca storia di INA (Insurance Company of North America), fondata nel lontano 1792. La diffusione del marchio ACE nel mondo ha spinto la compagnia a modificare l'indirizzo e-mail per renderlo coerente con l'intera strategia di comunicazione del Gruppo.

La migrazione è attiva dal 9 febbraio scorso, ma nel futuro ACE garantisce la ricezione di tutti i messaggi inviati al vecchio indirizzo. La compagnia invita comunque il proprio personale e tutti i suoi interlocutori a sostituire con il nuovo indirizzo i nominativi all'interno delle rubriche di posta elettronica e anche ad aggiornare eventuali programmi e-mail di invio automatico.

SCENARIO Cresce l'impegno dei risk manager sul rischio normativo

ACE crede che la crisi mondiale potrebbe portare a un ulteriore irrigidimento del già complesso ambiente normativo internazionale, rendendo ancora più urgenti le preoccupazioni per la gestione del rischio legato ai mutamenti legislativi.

A conferma di questa tesi un sondaggio dell'Economist Intelligence Unit sponsorizzato dalla multinazionale assicurativa, condotto su 320 manager nel mondo con responsabilità sulle tematiche del rischio, rivela un approccio bivalente alla questione: benché la stragrande maggioranza degli intervistati riconosca che non si possa fare a meno di una regolamentazione, si pensa anche che essa ponga sfide impegnative per il business nella gestione dei rischi ad essa associati.

Accordare priorità multiple, aree di sovrapposizione o conflitti fra normative costituisce – secondo due intervistati su tre – il principale ostacolo alla capacità di gestire il rischio in modo efficiente, e più di otto intervistati su dieci hanno dichiarato di aver aumentato la propria attenzione al rischio normativo negli ultimi tre anni. “È cruciale che i sistemi normativi globali funzionino bene e lavorino insieme – ha affermato John Keogh, CEO di ACE overseas General – e le aziende devono guardare attentamente alle risorse e ai processi che hanno già impostato per adeguarsi al meglio al sistema normativo”.

Per leggere la ricerca completa visitate il sito www.aceeurope.it nella sezione analisi di mercato.

AZIENDA Positivo il giudizio di Standard & Poor's

Confermato il rating A+ sulle società che costituiscono il core business del Gruppo ACE. È questa la valutazione di Standard & Poor's per il 2008, che ha inoltre giudicato come 'stabile' l'andamento della holding ACE Ltd.

Il giudizio positivo della società di revisione si basa su un insieme di indicatori: le ottime performance del Gruppo nel corso degli ultimi cinque anni, il suo solido posizionamento sul mercato rispetto ai competitor, i profitti, la solidità finanziaria e la capacità di diversificare le attività sia a livello geografico che di linee di business.



Se desiderate ricevere maggiori informazioni su ACE European Group Limited vi preghiamo di scrivere a manuela.castellaneta@acegroup.com

Impegno di riservatezza I dati personali utilizzati per inviare questa pubblicazione sono trattati nel rispetto della normativa vigente solo per permettere ai destinatari di ricevere la rivista. In ogni momento l'interessato può modificare, aggiornare o cancellare i dati scrivendo a ACE Europe – Titolare del trattamento – viale Monza 258 – Milano.

ACE European Group Limited
Viale Monza, 258
20128 Milano
Tel. 02 270951
Fax 02 27095333



ace europe

Editore: Exellent, Milano
Direttore responsabile: Cristina Pierobon
Progetto grafico e testi: Exellent, Milano
In redazione: Laura Bugliosi, Manuela Castellaneta
Stampa: Arti Grafiche Fiorin, Milano