

# ASSICURAZIONI

## Borghini e Cossa: adv e t.o. il core business

*La società di brokeraggio gestisce circa 1600 polizze nel settore, di cui oltre 600 sono contratti di Responsabilità civile professionale con cui adv e tour operator assicurano dipendenti e collaboratori*

**C**ambia l'attitudine alla tutela di cose, persone ed altri beni come le vacanze. Assicurarsi diventa pratica più comune e stipulare una polizza contro i rischi della perdita o mancato utilizzo per cause di forza maggiore diventa parte dell'acquisto del servizio stesso. Quanto a beni utili e preziosi, si pensi alle estensioni di garanzia per certi costosi elettrodomestici. Con poche migliaia di lire ci si tutela contro le rotture per un numero di anni superiore ai tre di base e il consumatore finale ha dimostrato di apprezzare questo valore aggiunto.

Nel mondo dei viaggi avviene, da qualche anno, la stessa, pur lenta, mutazione. Da un atteggiamento diremmo svagato del turista che, chissà perché, non mette mai in conto di smarrire il bagaglio, non poter partire all'ultimo minuto, dover rientrare assistito, si passa ad una più saggia cautela e alla valutazione dei rischi che possono minacciare le sospirate vacanze. Anche in questo settore si tratta di investire poche

migliaia di lire. Il costo di una polizza facoltativa fino a qualche anno fa valeva il 6 per cento sul pacchetto di viaggio, mentre oggi la percentuale è scesa all'1,8-2 per cento.

Sono diverse le compagnie di assicurazione che hanno scelto la specializzazione del ramo viaggi. Tra esse, la società di brokeraggio Borghini e Cossa che dagli anni Settanta, in concomitanza con l'evoluzione legislativa che ha posto le regole dell'operatività tra agenti di viaggi e viaggiatori nonché la nascita delle formule tutto compreso, ha fatto di tour operator, adv e dei loro clienti ultimi il proprio core business. Borghini e Cossa gestisce circa 1600 polizze nel solo settore turistico, oltre 600 sono contratti di Responsabilità civile professionale con cui adv e tour operator sono obbligati ad assicurare i propri dipendenti e, dal luglio scorso, anche i collaboratori a regime di collaborazione coordinata e continuativa. Il decreto legislativo 38/2000, infatti, ha esteso al personale così detto parasu-

bordinato l'obbligo per il datore di lavoro di assicurarlo contro gli infortuni sul lavoro. Rientrano in questa categoria molti consulenti ed amministratori di azienda, gli accompagnatori turistici, nonché alcuni contratti di lavoro a tempo che gli operatori del turismo instaurano stagionalmente. La società di brokeraggio assicurativo milanese tratta annualmente 500 sinistri nel turismo e assicura 700mila passeggeri.

### I prodotti a tutela del rischio imprenditoriale

Per quanto riguarda il rischio imprenditoriale del tour operator, altro campo di specializzazione, i prodotti più importanti sono la polizza contro la perdita di profitto lordo e quella "viaggi rischio zero", in cui il t.o. è in grado di garantire il proprio cliente in formula piena. Coprendo, quindi, qualsiasi costo di riprotezione del viaggio e rimborsi dell'intera quota anche in casi estremi, quelli cosiddetti di forza maggiore come terremoti, attentati, scioperi.

**Segue a pag. 14**



### AMI ASSISTANCE PUNTA SULL'ASSEMBLAMENTO

*Ami Assistance del Gruppo Filo Diretto propone ai tour operator le garanzie standard, ma grazie alla formula modulare di assemblamento della polizza si possono aggiungere varie opzioni alla copertura del cliente per un intero anno dopo il rientro dal suo viaggio. Grazie al call center potrà accedere ad informazioni e servizi, come il consulto o l'invio di un medico, il recapito di medicinali, il reperimento dell'idraulico o di un fabbro 24 ore su 24 per tutto l'anno. Le garanzie opzionali di Ami Assistance si acquistano in agenzia di viaggi o telefonicamente con carta di credito. Tramite il sito Internet è possibile tracciare il preventivo dei prodotti più adatto alle proprie esigenze.*

### Cea sceglie Internet come canale operativo

*E' partita in questi giorni la comunicazione alle agenzie di viaggi della nuova polizza online di Cea assicurazioni. Con una lettera a 3500 adv, Cea informa che dal 3 gennaio sarà possibile stipulare un contratto attraverso la rete Internet. Con la comunicazione epistolare, l'agenzia riceve già il login con cui operare. Dopo i circuiti crs Sigma e Amadeus, dunque, Cea sceglie Internet come canale operativo. I suoi vantaggi che la compilazione elettronica di una pratica può dare. Le maschere guidate per ogni garanzia consentiranno di ridurre gli errori, l'invio sarà più sicuro e la convalida in tempo reale snellerà le procedure. Per accedere direttamente alla polizza online: [www.ceaassicurazioni.it/ceapol](http://www.ceaassicurazioni.it/ceapol). Cea ha inoltre provveduto a estendere le garanzie ai famigliari dei turisti. "Abbiamo studiato - dice Antonio De Leo, direttore commerciale - una nuova polizza che, oltre a garantire il viaggiatore con le coperture consuete, tutela le persone che vengono indicate nel contratto. Un parente che si trova in difficoltà può rivolgersi in ogni momento al nostro call center ed avere l'intervento di un medico, un'ambulanza, il recapito di medicine, ma anche ottenere l'intervento urgente dell'idraulico. Questo pacchetto di garanzie ha validità per tutta la durata del viaggio del cliente". Questa gamma completa di garanzie verranno introdotte nei cataloghi di vari tour operator con la programmazione estiva del prossimo anno.*

## «Il last minute è molto rischioso»

*Europe Assistance sta studiando la possibilità di offrire preventivi all'utente finale, che però verrà indirizzato per l'acquisto in agenzia. Il nuovo servizio sarà presentato durante la Bit del 2001*

**L**e offerte dell'ultimo minuto ed Internet sono i temi nuovi cui anche le assicurazioni sono obbligate a confrontarsi.

Europe Assistance, ad esempio, per le proposte last minute non si immette sul mercato con un'unica soluzione, ma ne offre varie, sempre determinate dalle richieste di ogni singolo tour operator, dalla tipologia della vacanza e dal rischio per la compagnia di rimborsare un viaggio: "Queste soluzioni sono espressamente studiate per gli operatori specializzati in vacanze dell'ultimo minuto, così come tutti i nostri prodotti sono costruiti su misura per ogni tipo di viaggio. Per quanto riguarda Internet abbiamo un sito accessibile a tutti, ma solo le agenzie di viaggi possono accedere alla parte lo-



ro riservata per l'emissione online delle polizze. Stiamo studiando la possibilità di offrire preventivi all'utente finale, ma che dovrà comunque concretizzarsi presso la sua agenzia di viaggi: questo servizio lo presenteremo in Bit".

"Per i last minute classici venduti in agenzia - afferma Antonio De Leo, direttore commerciale CEA - siamo in ambito di grosso rischio per la compagnia assicurativa:

quasi tutti gli annullamenti avvengono sotto data. Alcuni t.o. annunciano la possibilità di annullare l'acquisto sino a 20 giorni prima senza applicazione di penali, ma in effetti è ben raro che un viaggio venga disdetto 30 o 20 giorni prima della partenza; in genere il cliente che avevo deciso di compiere il viaggio aspetta sempre una possibile soluzione del problema, che lo induce a disdire e lo fa solo nel caso non abbia alternative". Per Claudio Terragni, responsabile settore turistico di Elvia, il problema last minute è ambiguo: "Non abbiamo prodotti specifici per tali vendite e anche per questi viaggi valgono le nostre normali polizze; mi stupisce come tutti gli operatori si lamentino del diffondersi del last

minute ma, alla fine, sono molti quelli che lo praticano. Su Internet abbiamo un prodotto già presente ed un altro lo stiamo testando e lo presenteremo alla Bit: i privati possono consultare il nostro sito, ma vengono indirizzati per l'acquisto alle agenzie di viaggi, che restano il nostro canale di vendita privilegiato. Prima di spostare questi equilibri dobbiamo capire se la vendita diretta può essere altrettanto remunerativa. Siamo la compagnia che realizza le maggiori vendite sui viaggi individuali, mentre altri nostri concorrenti possono vantare primati su prodotti collettivi. Non escludo che prossimamente potremo studiare prodotti specifici per garantire l'acquisto di viaggi su Internet".

**Adriano De Carli**

**Segue da pag. 13 - Borghini e Cossa: adv e t.o. ...**

In pieno boom di polizze online, infine, da Borghini e Cossa giunge una posizione in controtendenza.

"Dobbiamo ancora scegliere un posizionamento sul web che non spersonalizzi il nostro modo di operare, basato sul rapporto diretto e lo studio di ogni singolo caso per una opportuna scelta del prodotto migliore sul mercato - spiega Paolo Cossa, cotitolare -. Internet è un inte-

ressante mezzo di comunicazione e può essere un buon veicolo d'informazioni sulla nostra attività. Oltre a questo, nel sito cui stiamo lavorando e che vorremmo pronto per l'estate prossima dedicheremo una parte alla gestione della polizza e del sinistro in linea con il tour operator o l'agenzia di viaggi". Ma la stipula si farà ancora a tavolino.

**Paola Baldacci**

