

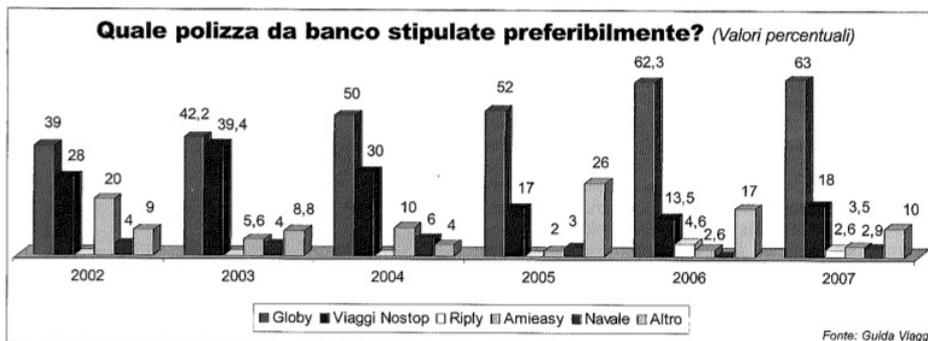
Le regole mettono ordine nelle assicurazioni

Il comparto vive un nuovo codice, che incentra sulla consapevolezza del rischio. L'Osservatorio Gv sancisce i migliori delle polizze da banco

di Paola Baldacci

Un attore in meno, verso le 160mila polizze individuali stipulate, un comparto che per i migliori cresce del 20%, prodotti consolidati e qualche novità nei contratti corporate. Questo è il mondo delle assicurazioni di viaggio nel 2007, cui si è affacciato da due anni Generel con 4500 contratti venduti on line. "Dopo la stesura del codice da parte del legislatore nel settembre 2005, l'Isvap ha pubblicato un regolamento che mette in chiaro il comportamento degli assicuratori - spiega Michele Cossa, amministratore delegato della Borghini e Cossa -. Si è messo l'accento sulla professionalità per ribadire che vendere

ne ha gestiti oltre mille. 800 tra tour operator, agenzie e network se ne avvalgono: "I reclami stanno diventando sempre più pretestuosi", dice Cossa, che ha partecipato al forum legale dei tour operator Astoi alla ricerca di una soluzione comune al complaint dilagante. Chiariamo, infine, che il regolamento dell'Isvap pone una eccezione alle agenzie di viaggi, dichiarate esenti dal rispetto di una serie di obblighi a meno che il costo della polizza non ecceda i 500 euro. Il che si concretizza quando il premio a tutela dell'annullamento vale il 4,5-6% del costo del viaggio, ma le assicurazioni leader come Mondial ed Europ Assistance aggirano



amo da un'altra stagione di buon andamento - dice Massimo Corsi, responsabile della struttura vendite turismo al dettaglio -. I punti di forza sono stati il funzionamento ottimale del

l'ufficio di Parigi che sigla i contratti con esse.

Assicurarsi sul gds

E cresce anche **Ami Assistance** con la sua **Amieasy**, del 10% nelle vendite anno su anno, mentre la business unit cui appartiene, forte del contratto con **Costa Crociere** tra i big "riporta un fatturato in progressione del 23% - dichiara **Stefano Pedrone**, responsabile commerciale -. E il 95% dei premi è realizzato dai bancanisti che hanno aderito al programma d'incentivazione". La compagnia che fa capo al Gruppo Filo Diretto ha attivato una collaborazione con **Sabre**, oltre che con **Amadeus**, per la commercializzazione delle polizze dal gds. "Mentre prima si registravano come agenzia ora possono farlo anche come bancanisti e il programma d'incentivazione diventa a nome dell'addetto alle vendite, che riceve sempre 5,50 euro a ogni contratto", annuncia il direttore marketing, **Rossella Rossi**.

La carica delle 160mila

123mila le polizze emesse fino a settembre per **Mondial**, che continua a crescere del 20%. "Contiamo di chiudere a 160mila", dichiara il direttore commerciale **Renato Zotti**. Seimila le agenzie che vendono **Globy** e di esse 500 fanno parte dell'omonimo Club, una selezione sulla quale la società concentra i propri sforzi di marketing e formazione. "Siamo selettivi nella scelta, guardiamo al fatturato e alla regolarità dei pagamenti dei premi; noi diamo commissioni più alte, linee dedicate, e chiediamo performance diverse secondo il territorio", spiega **Gabriele**

Mannucci, responsabile divisione turismo, che da sola produce il 60% delle business unit della filiale italiana.

Globy sul podio

Secondo gli adv resta più o meno la stessa percentuale di clienti che chiede una polizza individuale. Per il 58,6% degli intervistati è "meno di un terzo" contro il 49,5% dello scorso anno; per il 19% circa la metà contro il 22,6%; per il 15,4% più di due clienti su tre contro il 22% del 2006. Sei anni

mente?", la risposta anche quest'anno è per **Globy**, il prodotto di **Mondial**. Il 63% degli intervistati la cita, era il 39% del 2002. Al secondo posto sempre **Viaggi Nostop** di **Europ Assistance**, che quest'anno conquista il 18% dei voti (13,5% nel 2006) riprendendo quota verso il 17% dell'inchiesta 2005. Sale al 3,5% delle citazioni anche **Amieasy** che nel 2006 si era attestata al 2,6% e compare ancora **Riply** di **Waycall**: l'inchiesta è di settembre, probabilmente non tutto il mercato ha recepito

Osservatorio Guida Viaggi

I criteri della ricerca
Consistenza del campione: 311 casi
Periodo di rilevazione: 1° mar02, 2° mar03, 3° feb04, 4° apr05, 5° mag06, 6° sett07
Errore statistico: ± 3%

I criteri dell'inchiesta sono pubblicati per esteso a pag. 18

di monitoraggi sulla rete agenziale interpellata dall'Osservatorio Gv sulle assicurazioni confermano poi la leadership di **Globy** nella memoria del trade. Alla domanda "Quale polizza da banco stipulate preferibil-

che questa società non è più sul mercato. E fa riflettere che lo stesso mercato l'avesse in poco tempo accolta con il favore che meritava (nelle nostre inchieste aveva il 4,6%), perché sponsorizzata nel migliore dei modi. ■



Rossella Rossi



Renato Zotti



Massimo Corsi

una polizza deve essere un compito fatto con consapevolezza e il prodotto deve essere ben conosciuto". Insomma, secondo Cossa la formazione alla distribuzione deve riguardare "non solo destinazioni e strutture, ma anche i rischi". Pena il moltiplicarsi dei contenziosi, che sembrano diminuiti, ma non per l'ufficio legale della Bc, che l'anno scorso

l'ostacolo emettendo per proprio conto il contratto.

Su le vendite da banco

Il segno più davanti a un numero a due cifre **Europ Assistance** lo vede da sei anni nelle vendite della **Viaggi Nostop**. Tra individuali e opzionali **Eura** ha commercializzato 672mila polizze (+10%) nel 2007. "Si, veni-

portale per il trade, dunque tempi di emissione di pochi secondi. Il numero delle agenzie vendenti resta quello consolidato: cinquemila. Ora lavoriamo sulle loro performance". Raggiunti gli obiettivi, dunque, **Europ Assistance** focalizza su nuovi bacini di utenza e in particolare sull'e-commerce, rivolgendosi a quei viaggiatori che acquistano dalle Olta. E'

Quanti clienti chiedono una polizza integrativa?

(Valori percentuali)

