

Con Borghini e Cossa, specialisti dal dopoguerra con 800 clienti nel turismo

L'assicurazione è su misura

Cossa: «Formule per ogni segmento, dal t.o. all'adv, al network, all'olta».

«Non siamo agenti ma broker. Duque non lavoriamo per la compagnia di assicurazioni, ma su incarico del nostro cliente, per il quale costruiamo letteralmente su misura la formula più adatta alle sue esigenze»: **Michele Cossa**, ad di Borghini e Cossa, segnala così il plus sostanziale offerto al mercato dalla sua storica impresa. Che è stata la prima a occuparsi di turismo in Italia, nel 1947 quando il patriarca Giuseppe Borghini studiò la prima copertura ad hoc per i Grandi Viaggi, già allora imponendo alle compagnie assicurative una relazione libera da ogni vincolo. La storia è tutta sul nuovo sito, appena lanciato da Borghini e Cossa: «In un Paese dove il mercato assicurativo della responsabilità civile ruota intorno

all'auto – racconta Michele Cossa – noi ci siamo concentrati subito sull'RC professionale del tour operator e dell'adv, con formule per ogni segmento: generalista e villaggista, le olta e il dynamic packaging, l'incentive e il broker nautico, il network e i viaggi studio. Ne abbiamo su misura per ogni modello di business».

Viaggi Rischio Zero

Inclusa l'affermata formula *Viaggi Rischio Zero*, cruciale di questi tempi perché copre l'organizzatore e il passeggero dalle conseguenze di eventi eccezionali solitamente esclusi da qualsiasi copertura: in caso di scioperi improvvisi, vulcani in eruzione, uragani, attentati, guerre, colpi di stato e altri eventi straordinari la formula copre le

spese di riprotezione, di rientro e se del caso anche il rimborso di parte del costo del viaggio.

Così ora tra tour operator, agenzie di viaggi e altri fornitori, Borghini e Cossa nel turismo serve qualcosa come 800 clienti (che valgono un terzo del business totale). Per fare qualche nome anche Alidays, Alisei, Azemar, Brevivet, Caldana, Evolution Travel, Gastaldi 1860, Gattinoni Travel Network, Gruppo Trawel, Gruppo Vivamondo, Hotelplan, Inter-studio Viaggi, lastminute.com, Mondovela, Naar, Olympia, Ovet, Pool 5 TO, Press Tours, Turbanitalia, Voyage Privé.

Inclusa la gestione dei complaint

In più ai suoi clienti oltre alla copertura assicura-

tiva Borghini e Cossa offre anche un vero e proprio servizio di gestione dei complaint: «Un benefit incluso nel nostro servizio – spiega Cossa – perché un conto è vendere una polizza, tutt'altra cosa è assistere il cliente caso per caso, non lasciarlo mai solo su un territorio delicato e scivoloso. È un approccio diverso al lavoro, lo abbiamo sempre fatto e non facciamo altro».

La gestione dei reclami da Borghini e Cossa è affidata a **Giusy Fiscella**, responsabile dell'ufficio sinistri turismo: laureata in Giurisprudenza alla Statale di Milano, cresciuta in una famiglia di magistrati, è un'esperta di customer care e contenzioso turistico, dopo un percorso di specializzazione iniziato nel 1999 in Buon Viaggio.



Michele Cossa e Giusy Fiscella

«Siamo dentro un Truman Show»

Ma soprattutto ai suoi clienti del turismo Borghini e Cossa garantisce consulenza, con il patrimonio di una cultura sempre aggiornata sullo stato delle leggi in Italia e delle convenzioni internazionali, e una vasta rete di relazioni istituzionali in tutti i settori del turismo. Fattore essenziale di questi tempi «in cui sembra di stare davvero dentro un *Truman Show* – dice Cossa – e la cosa più difficile è cavalcare il cambiamento continuo delle norme, orientarsi in un contesto sempre più insidioso, dove accade di tutto». Ad esem-

pio che il codice del turismo varato dal ministro Brambilla imponesse ai tour operator una polizza RC insostenibile per l'insufficiente massa critica del mercato. «Era l'articolo 50 – ricorda Cossa – poi emendato per rendere la polizza facoltativa e non più obbligatoria. Va detto però che finalmente il codice ha anche introdotto il danno da vacanza rovinata e per inadempimenti “non di scarsa rilevanza”, il che ha in parte affrancato gli operatori da interpretazioni estreme della norma da parte del giudice».

Marina Firrao
www.borghiniocossa.it

APPUNTAMENTO A MADRID

Fitur verde e social, tra web e tecnologia

La trentaquattresima edizione di Fitur, la maggiore fiera nazionale del turismo spagnolo organizzata da Ifema a Madrid dal 22 al 26 gennaio 2014, si ispirerà ai temi della sostenibilità e dell'innovazione.

Così anzitutto Fitur rilancia in Europa e in Nord America il concorso *Travel Blogger 2014*, già realizzato con successo nei Paesi iberoamericani, pensato per sviluppare il ruolo dei blogger, protagonisti di una nuova stagione della promozione avviata dal web e dai social.

Sarà dunque una Fitur tutta online e tecnologica, che porterà in scena anche la sua community di 62mila follower su Facebook e quasi 38mila su Twitter, in uno spazio aperto al dialogo.



Il VII Forum di Exceltur

Di social media e di marketing online si parlerà molto anche nel settimo Forum di Exceltur, il gruppo di pressione che riunisce le maggiori imprese del turismo in Spagna. Organizzato in collaborazione con l'OMT e la stessa Fitur, il Forum si tiene il 21 gennaio, prima dell'inaugurazione della rassegna, all'Auditorio Norte della Feria de Madrid, intitolato *Il Turismo: settore chiave per rafforzare il marchio di Paese*.

Già confermato l'intervento di una folta rappresentanza del top management e delle istituzioni di settore. All'ordine del giorno la necessità di incrementare la competitività capitalizzando tutto il potenziale del web e delle nuove tecnologie applicate al turismo. Anche a partire da case history di mete di successo su questo percorso: le cosiddette *destinazioni intelligenti*, che saranno portate in fiera anche da Segittur, Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, e da ICEX, impresa pubblica per l'internazionalizzazione delle imprese, entrambe con i loro relatori nel forum *Know How and Export* di Fitur, per fare il punto con gli esperti su sostenibilità, accessibilità e tecnologia per le mete del futuro.

Tornano e si rinforzano la sezione *Fiturtech*, per promuovere la nuova generazione di strumenti di lavoro e segnalare le tendenze di punta, e *Fiturgreen* dove si vedranno le ultime soluzioni di risparmio energetico per hotel e gestioni turistiche: entrambe le sezioni sono organizzate da IHT, Hotel Technology Institute, in collaborazione con Fitur e Unwto. Nuova edizione anche di *Fitur LGBT*, la sezione del turismo gay & lesbian, che nel 2014 coincide in Spagna con l'International Congress of IGLA, International Gays and Lesbians Aquatics. Una sezione infine sarà dedicata agli itinerari del vino, uno dei prodotti in più rapido sviluppo in Spagna.

Googleglass e il concorso delle app

A Fitur si parlerà molto anche di Googleglass, il nuovo potente strumento d'informazione social; in più la fiera lancia anche il primo concorso delle App per il Turismo, che premierà la migliore specializzata in Turismo Attivo, Sole e Mare, Turismo Culturale, Guida di Destinazione, e quella che migliora sostanzialmente l'esperienza di viaggio.

Ancora in tema di nuove tecnologie Fitur ha avviato una partnership con il social media russo V Kontakt, dedicato al turismo e diffuso in tutti i Paesi di lingua russa, per sviluppare l'outgoing russo verso la Spagna, in rapidissima crescita.

www.ifema.es

in breve

DA ITB SI CAMMINA DI MENO.

I visitatori di ITB Berlin, nel quartiere fieristico di Berlino dal 5 all'8 marzo 2014, percorreranno distanze più brevi per trovare quel che cercano: Messe Berlin sta concentrando gli espositori in nuove aree concettuali e tematiche. Così il settore Training e Lavoro va nel padiglione 11.1, e di conseguenza nel nuovo padiglione 7.2 espongono Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca e Romania; Serbia e Ungheria vanno al 2.2, Bangladesh, Kirgizstan, Uzbekistan, Kazakistan, Turkmenistan, Tajikistan, Iran e Pakistan tutti con gli altri Paesi della Via della Seta nel padiglione 7.2a. Tutto questo, come spiega Martin Buck, direttore logistica di Messe Berlin, porta molti vantaggi: «Si riducono le distanze e ci si orienta meglio, si guadagna tempo per incontrarsi e trattare. Va meglio anche per gli espositori: quelli nel padiglione 11.1 avranno il soffitto molto più alto che chiedevano da tempo per i loro allestimenti». Nel 2013 hanno esposto in ITB Berlin oltre 10mila imprese e istituzioni di 188 Paesi, e la fiera ha accolto 170mila visitatori, inclusi 110mila professionisti.



MITT, ISCRIZIONI IN CORSO.

È in corso la registrazione di espositori e sponsor che intendono partecipare a MITT 2014, la maggiore fiera del turismo in Russia, a Mosca dal 19 al 22 marzo. Per la rassegna è prevista l'affluenza di oltre 73mila buyer professionali, per incontrare le circa 3mila imprese e istituzioni espositrici, in gran parte straniere, decise a entrare con la loro offerta di servizi nel mercato russo: enti turistici, tour operator, vettori, operatori di sightseeing e attrazioni, ricettività e fornitori di travel technology. Nel programma anche eventi e conferenze dedicati a Mice, turismo di lusso, travel technology e turismo medico. MITT è organizzata dallo specialista internazionale ITE Group Plc, con il patrocinio del ministero della cultura della Federazione Russa.