

GESTIONE SINISTRI: EVOLUZIONE, QUALITÀ ED ETICA

di FABRIZIO AURILIA

QUESTE LE TRE PAROLE D'ORDINE DEL CLAIMS MANAGEMENT DELLE COMPAGNIE CHE SI SONO CONFRONTATE NELLA TAVOLA ROTONDA FINALE DEL CONVEGNO SULL'RC AUTO. TRA TECNOLOGIE, PARTNERSHIP E NUOVI RUOLI PER LE RETI DISTRIBUTIVE, LE IMPRESE PROVANO A INCIDERE ANCHE SULLA REDDITIVITÀ

La sfida del settore nei prossimi tempi è riuscire a tenere tutto insieme: mutualità e personalizzazione, capacità di fornire un servizio di qualità e trasparenza nei confronti del cliente, in un mondo che sta cambiando molto velocemente, e in cui ci sono molte opportunità da cogliere, soprattutto nell'operatività e nella qualità della gestione sinistri.

Nella tavola rotonda conclusiva del convegno sull'Rca organizzato da **Insurance Connect**, si è cercato proprio di capire, attraverso le voci degli operatori, in che modo qualità ed efficienza della gestione sinistri possano alla fine incidere positivamente sulla redditività.

PRIMA REGOLA: INFORMARE LE RETI

Per avere una visione d'insieme sul mercato, il dibattito si è aperto con l'intervento di **Massimo Treffeletti**, dirigente responsabile servizio Card, accordi associativi e antifrode di **Ania**, che si è concentrato molto sul valore della tempestività nella gestione sinistri. Le compagnie, ha spiegato Treffeletti, in questi anni si sono impegnate a creare modelli di denunce sempre più efficienti per ridurre i tempi: "ma il ruolo dell'agente – ha detto – resta fondamentale, anche e soprattutto nelle procedure Card. È importante che le reti abbiano tutte le informazioni necessarie dalle compagnie per agire in maniera efficace".

Le imprese, poi, devono tenere conto anche dei propri assicurati responsabili di sinistro, perché "c'è un

incremento di negazioni dell'evento – ha rivelato Treffeletti – che ostacola il buon funzionamento del meccanismo di risarcimento diretto, e che rischia di generare i *malus* che poi danno adito a reclami all'**Ivass**".

UN CLIENTE PIÙ CONSAPEVOLE

Però poi, è chiaro, la tecnologia, l'accesso alle carrozzerie convenzionate e tutti quei sistemi che velocizzano i processi liquidativi devono fare il resto. **Nicola Bajona**, head of express & direct claims di **Zurich Italia**, ha parlato del modo inclusivo con cui la compagnia vuole coinvolgere il cliente nei processi liquidativi, partendo da ciò che egli stesso si attende da un servizio: cioè la velocità e la condivisione delle informazioni. "Parten-





Da sinistra: **Dario Vullo**, direttore sinistri di Verti; **Nicola Bajona**, head of express & direct claims di Zurich Italia; **Massimo Treffiletti**, dirigente responsabile servizio Card, accordi associativi e antifrode di Ania; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Alberto Guidi**, chief claim officer di Cattolica Assicurazioni; **Barbara Buralli**, direttore sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura e **Ferdinando Scoa**, direttore sinistri di Assimoco

do da questi punti cardine – ha argomentato Bajona – abbiamo creato *Perizia smart*, ovvero un servizio, che offriamo attraverso delle partnership, che consente al cliente, se lo desidera, di partecipare al processo liquidativo attraverso l’uso del proprio smartphone”. Nell’idea di Zurich, questo permette una maggiore consapevolezza di tutta la procedura da parte del cliente. Un’altra importante iniziativa è quella realizzata per la nuova *customer journey* di **Zurich Connect**, dedicata ai clienti abituati ad acquistare sulla piattaforma e che si aspettano un’interazione online anche in occasione di un sinistro. Da agosto questo è possibile per tutti i clienti Zurich Connect, accedendo alla propria area riservata direttamente sul web.

CARROZZERIE IMPRENDITRICI CERCASI

Restando sempre nell’ambito delle compagnie dirette, **Dario Vullo**, direttore sinistri di **Verti**, ha affrontato un grande tema della gestione sinistri, su cui le compagnie puntano molto, ma che presenta ancora delle criticità: l’uso delle carrozzerie convenzionate.

Per sfruttare al meglio le possibilità della normativa, Verti, ha spiegato Vullo, si focalizza su tre competenze che devono avere le officine: la tecnica, la capacità relazionale e gli strumenti tecnologici. Se della competenza tecnica c’è poco da dire, Vullo ha insistito soprattutto su quella relazionale: “le carrozzerie devono riuscire a essere proattive, con un approccio imprenditoriale, anche per riuscire a limitare, attraverso la buona relazione con i clienti, l’intervento di altri soggetti esterni, come periti di parte o legali. Abbiamo puntato, quindi, sulle carrozzerie imprenditrici e all’avanguardia tecnologicamente”.

I SINISTRI IN BANCA

Sullo strumento delle partnership con i riparatori sta scommettendo anche **Intesa Sanpaolo Assicura**, come ha confermato **Barbara Buralli**, direttore sinistri della compagnia. Dallo sviluppo della app, che darà la possibilità al cliente di denunciare il sinistro e incaricare una carrozzeria convenzionata, all’altra evoluzione del

tracking interattivo, l'ufficio sinistri è impegnato a rendere sempre più fluido il processo di liquidazione. “Ma il punto di riferimento – ha precisato Buralli – è sempre il rapporto di fiducia che s'instaura tra il cliente e il gestore presente sul territorio, essenziale per rendere più efficace il servizio”. Con 4.000 filiali a disposizione, il gruppo Intesa Sanpaolo può agire in modo deciso sulla *customer care*: “il nostro cliente vuole essere seguito e costantemente informato nel

LA SCOMMESSA DELLA SOSTENIBILITÀ

Una realtà come **Assimoco** ha fatto della condivisione degli ideali cooperativi anche un modo per abbattere i contenziosi. Il movimento cooperativo presuppone un senso di appartenenza che disincentiva naturalmente comportamenti opachi. Lo dicono anche le statistiche: “il 45% degli italiani – ha sostenuto **Ferdinando Scoa**, direttore sinistri di **Assimoco** – è pronto a pagare di più un servizio assicurativo se questo è basato su principi etici. Ma non basta perché, guardando ai consumatori di domani, il 92% dei millennial si dichiara disposto a pagare di più un servizio da un'azienda sostenibile. Questo ci fa capire quanto sia importante la nostra *value proposition*. Anche nella gestione sinistri, la nostra scommessa etica parte dall'interno, dal nostro modo di essere una *benefit corporation*, passa dai fornitori e finisce ai clienti”.

In quest'ottica, Assimoco collabora con una onlus che si occupa di tutta l'assistenza necessaria nel caso di macrolesioni: “cosa cambierà nella vita di un nostro socio? La casa? L'auto? Il lavoro? Noi ce ne occupiamo”, ha concluso Scoa.

post sinistro – ha aggiunto – e per questo le informazioni e i documenti sono a disposizione e accessibili: ciò che vede il gestore lo vede anche il nostro cliente”.

PREVENIRE I CONTENZIOSI SI PUÒ

Tuttavia, nonostante l'impegno, il problema dei contenziosi è ancora molto presente. In alcune parti d'Italia i sinistri con contenzioso superano il 60%; con gli interventi legali, il costo per la compagnia raddoppia. Una questione che s'intreccia anche con l'antifrode e che costa tempo e denaro. Secondo **Alberto Guidi**, chief claim officer di **Cattolica Assicurazioni**, per abbattere i contenziosi sono necessarie tre cose: chiarezza verso i clienti, agenti proattivi in fase post-sinistro ed efficacia nella prevenzione.

“Per quanto riguarda il primo punto – ha spiegato Guidi – in Cattolica stiamo rivedendo tutta la comunicazione non contrattuale con i clienti nel segno della chiarezza. Poi, con le nostre agenzie abbiamo fissato nuovi obiettivi per premiare l'attività dell'agente e disincentivare l'intervento legale. Infine, grazie allo sviluppo di modelli predittivi, riusciamo ad aggredire più velocemente le pratiche di sinistri potenzialmente a rischio contenzioso”.

LA FRONTIERA DI ANIA CARES

Infine, un segno dell'evoluzione delle compagnie sul fronte dei servizi ai danneggiati è il progetto **Ania Cares**, che fornisce assistenza psicologica alle vittime di incidenti stradali e ai loro familiari. “Ania Cares – ha spiegato Massimo Treffiletti – è un'iniziativa partita da **Fondazione Ania** che si sta distribuendo capillarmente alle compagnie, che vi stanno aderendo con convinzione”. È un progetto ancora di natura sperimentale applicato a poche province, tra cui Milano, Roma e Firenze. Estenderlo a livello nazionale e in modo permanente è l'obiettivo dell'associazione delle imprese. In effetti, l'iniziativa Ania Cares è stata citata più volte durante tutta la giornata di convegno come una delle frontiere più importanti che riguardano non solo l'innovazione ma soprattutto la sostanza della qualità della gestione dei sinistri auto.