

NELLA SERATA DI MARTEDÌ 18 L'EDIZIONE 2008 DEL MILANO FINANZA INSURANCE AWARDS

MF-MilanoFinanza premia le assicurazioni più innovative

Monzino, un'eccellenza italiana per la cardiologia

■ Il Centro cardiologico Monzino, cui vanno i proventi del charity dinner organizzato da *MF/Milano Finanza*, è nato nel 1981 da una donazione del Cav. del lavoro Italo Monzino e dall'idea originale del Prof. Cesare Bartorelli, dell'Università degli studi di Milano, che pensò di creare un centro dedicato esclusivamente alla cura delle malattie cardiovascolari. Ancora oggi il Centro cardiologico Monzino è l'unico esempio di istituto cardiologico monotematico di ricerca e di cura in Europa. È accreditato e convenzionato con la Regione Lombardia e offre prestazioni di ricovero e ambulatoriali in regime di Servizio sanitario nazionale.

Attualmente il Centro, proprietà dell'Istituto europeo di oncologia-Irccs, è sede del Dipartimento di scienze cardiovascolari dell'Università degli studi di Milano, quindi le relative

strutture assistenziali sono messe a disposizione, per le esigenze della didattica e della ricerca, dei corsi di laurea della Facoltà di medicina e chirurgia nell'ambito cardiovascolare.

Fra i numeri che certificano l'attività di questo centro d'eccellenza italiano, gli 8.100 ricoveri e 3.900 studi angiografici effettuati ogni anno, 2.100 angioplastiche e 1.900 procedure di elettrofisiologia, 1.500 interventi di cardiocirurgia e chirurgia vascolare, 8.800 accessi in Pronto Soccorso e 89.000 visite specialistiche ed esami diagnostici ambulatoriali (tranne quelli di laboratorio).



Cesare Fiorentini

Tenere duro nonostante il difficile momento di mercato, puntando su settori che si stanno rivelando anticiclici e possono permettere ulteriori spazi di crescita e su polizze sempre meno finanziarie. Seppur in un contesto complicato, è ancora possibile non deprimersi ma anzi valorizzare le nicchie di mercato ancora non sfruttate al massimo, cercando di cogliere le esigenze inespresse dei clienti, con i quali occorre lavorare per fidelizzare al massimo i rapporti e consolidare l'offerta.

È questo il messaggio emerso nel corso dell'edizione 2008 dei *Milano Finanza Insurance Awards*, che si è tenuta martedì sera presso le Officine del volo di Milano. Oltre 200 i manager in rappresentanza delle principali compagnie di assicurazione italiane e internazionali, chiamati da *MF/Milano Finanza* a ritirare i riconoscimenti che hanno meritato per la loro capacità di sviluppare il business, innovare e creare valore.

Fra i segmenti del mercato su

cui puntano le principali società di settore per affrontare la crisi, come hanno ricordato alcuni fra i protagonisti della serata, ci sono i settori vita e salute, che si stanno dimostrando anticiclici rispetto ad altri comparti in difficoltà. La previdenza integrativa non è invece ancora sufficientemente sfruttata, soprattutto dai giovani, sia per problemi di cultura, sia perché l'attuale congiuntura non invoglia i clienti a investire sulla previdenza per il futuro quando sono all'ordine del giorno problemi economici più impellenti.

Positività e non rassegnazione, dunque, come filo conduttore del *Milano Finanza Insurance Awards 2008*, organizzato da *MF/Milano Finanza* riunendo a Milano i manager e le società migliori, che si sono distinte per le strategie di crescita, la capacità di gestione e le performance, oltre che per l'innovazione dei prodotti e la comunicazione istituzionale.

Al Charity dinner, i cui proventi saranno devoluti al Centro cardiologico Monzino, è intervenuto fra gli altri Cesare Fiorentini, uno dei massimi esperti

internazionali della materia e direttore della cattedra e programma di cardiologia critica del centro. Fiorentini ha sottolineato

l'importanza della prevenzione e dello sviluppo di una cultura alimentare e di uno stile di vita come elemento di riduzione delle patologie cardiache. Inoltre,aggiornando la platea sui più recenti sviluppi di questa branca della medicina, Fiorentini ha anche spiegato come alcune delle più avanzate attrezzature e tecniche consentano di individuare con buon grado di affidabilità

eventuali predisposizioni genetiche o stati pre-patologici e prendere per tempo le dovute contromisure.

Nel corso della serata sono state assegnate sei categorie di premi, che rappresentano il mondo delle assicurazioni in tutti i suoi aspetti: Insurance Elite e MF In-

novazione. Compagnie di valore. Leone d'oro. Tripla A - Insurance e Top investors. Di seguito i vincitori per categoria.

Insurance Elite

Il premio è stato assegnato alle assicurazioni e ai manager italiani segnalati dalla financial community, che si distinguono per credibilità e reputazione, e alle compagnie che si sono distinte per le loro strategie. Per la migliore strategia di espansione all'estero è stata premiata Generali (ha ritirato Roberto Gasso, area manager per l'Asia) mentre come Compagnia di assicurazioni più innovativa Quixa (Filippo Sirotti, direttore Sales & Services). Come Top manager donna, invece, Isabella Fumagalli (a.d. e d.g. di Cardif Assicurazioni) mentre a Frédéric de Courtois (a.d. di Axa Mps) è stato consegnato il riconoscimento come Top manager uomo.

MF Innovazione

Giunto alla quinta edizione, è riservato ai prodotti e alle polizze che meglio hanno risposto alle nuove esigenze del mercato. *MF/Milano Finanza*, in collaborazione con gli esperti di Affinion International, leader nei programmi di marketing relazionale e di loyalty, ha analizzato le caratteristiche dei prodotti emessi negli ultimi due anni, valutando come fattori principali per la scelta il grado di innovazione, la trasparenza e i costi associati a ciascun prodotto. I vincenti sono stati determinati dalla media relativa alla valutazione di ogni fattore. Axa ha ottenuto due riconoscimenti con Axa Protezione Van (Alessandro Priano, responsabile offerta Auto e Famiglia) e ConFido (Gabriella Beneggi, direttore tecnica retail), per le categorie auto e animali. Altre cinque società si sono aggiudicate i riconoscimenti nelle categorie Auto-Danni e assistenza, protezione, copertura prestiti personali e mutui, previdenza. Si tratta, rispettivamente, di Zurich Italia (Franco Foglizzo, chief underwriting officier), E-Mondial.it (Stéphane Coulot, d.g. Mondial Assistance), L.A. Vita (Leonardo Felician, a.d. L.A. Vita), Cariparma Crédit Agricole (Nicola

Generani, responsabile servizio marketing retail) e Pramerica Life (Massimo Giuliana, business market development manager).

Compagnie di valore

Generali e Allianz hanno invece primeggiato nella speciale graduatoria delle società che hanno realizzato le migliori performance a beneficio dei soci, individuate in seguito all'analisi di bilancio. Generali (Alberto Busetto, responsabile marketing strategico per l'Italia) è stata la prima nelle categorie Infortuni, incendio ed elementi naturali, Altri danni ai beni, R.C. aeromobili e veicoli marittimi, R.C. generale e perdite pecuniarie, mentre Allianz (hanno ritirato Giovanni Gabrielli, v.p., e Fabio Dal Boni, direttore comunicazione e immagine) nelle sezioni del Superindice Lombard e dei Corpi e veicoli terrestri, Tutela legale e assistenza.

Toro Assicurazioni (Luigi De Puppi, presidente e a.d.) e Coface Assicurazioni (Riccardo Caradoni, a.d.), hanno invece ottenuto il premio nella categoria dedicata alle Compagnie più veloci, rispettivamente per la variazione percentuale dell'utile a un anno e a tre anni, mentre Aig Europe (Marco Maraccani, d.g.) ha ottenuto il riconoscimento destinato a chi ha guadagnato più posizioni rispetto al 2006. Ergo Previdenza (Cristina Magaglio, responsabile marketing) ed Europe Assistance (Andrea Mencattini, a.d.), Ina Assitalia (Alessandro Beffa, area manager nord ovest) con Sace (Luigi Stefano Cuttica, responsabile Milano) completano il parterre delle premiate.

Leone d'oro

Per il 2008 il riconoscimento per le migliori campagne di comunicazione istituzionale e finanziaria, la migliore creatività e la capacità di comunicare in modo chiaro ed efficace, oltre che creativo e al di fuori degli schemi, è stato assegnato a due compagnie e a un'agenzia. Toro Assicurazioni (Donatella Mezzalama, responsabile relazioni esterne)

per la comunicazione corporate e Axa Mps (Michele Spagnolo, direttore Vita e previdenza) per la comunicazione di prodotto. L'agenzia Maifin (Fabio Maimone, presidente e a.d.), già premiata nell'edizione 2007, per la Creatività Isvap, grazie alla sua capacità di trasformare un obbligo di comunicazione in un'occasione di innovazione che ha reso più efficace il messaggio.

Tripla A - Insurance

Fra i migliori asset manager nel campo delle gestioni separate, delle unit linked e dei fondi pensione, Axa (Michele Spagnolo, Gabriella Beneggi, direttore tecnica retail), Generali (Danilo Ignazzi, responsabile coordinamento attività assicurative) e Pioneer Investments (Mario Petrella, wholesale distribution sales manager) sono state le società che hanno ottenuto più di un riconoscimento per la qualità intrinseca di più di un prodotto: rispettiva-

mente, Kaleido-Linea Isoscele e Fondo Pensione A. Axa Conservativo; Gesav, Global HY e Re; Pensione Più, Obbligazionario Euro e Obblig. B-M Termine.

Le altre nove società che hanno ottenuto il riconoscimento sono state Intesa Previdenza (Fabio Signoretti, ufficio commerciale) con Piano Previdenza Accumulo e BNL Vita (Maurizio Pellicano, d.g.) con BNL Vita-Sicurezza, Allianz-Credit Ras Vita (Camillo Candia, v.p. e d.g.) con Insieme-Linea Sicura e Cattolica Gestione Previdenza (Andrea Battista, a.d.) con Cattolica Gestione Previde-Monet.

Inoltre, Eurizon Vita (Stefano Sacchi, responsabile commerciale e marketing reti di gruppo) con Valore Aggiunto, ed Ergo Previdenza (Cristina Magaglio) con Previdenza Plu.; BCC Vita (Maurizio Grungo, direttore innovazione ricerca e sviluppo) e Ina Assitalia (Alessandro Beffa, area manager nord ovest) con, rispettivamente, Pip garantita Fpn e Moneta Forte, Sara Life (Alberto Tosti, direttore amministrazione e finanza) con Orizzonti 2000.

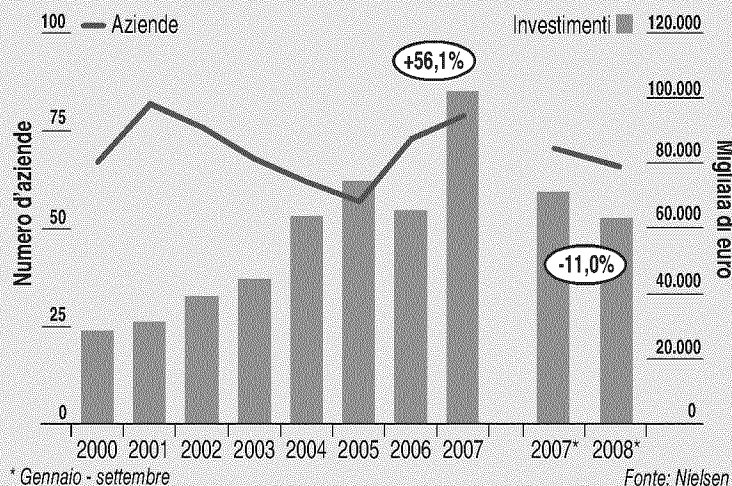
Top investors

Il premio, creato da *MF/Milano Finanza* insieme a Nielsen e giunto alla seconda edizione, è andato alla società che ha mostrato maggiore propensione

all'investimento sulla rete. Internet, come dimostrano le ultime stime, è un mezzo sempre più presente nelle strategie delle grandi compagnie di assicura-

zione, quali Allianz (Daniele Colla, responsabile Pubblicità e Sponsorizzazioni), che si è aggiudicata il riconoscimento per il 2008.

LE SPESE PUBBLICITARIE DELLE ASSICURAZIONI



Alle compagnie piace internet

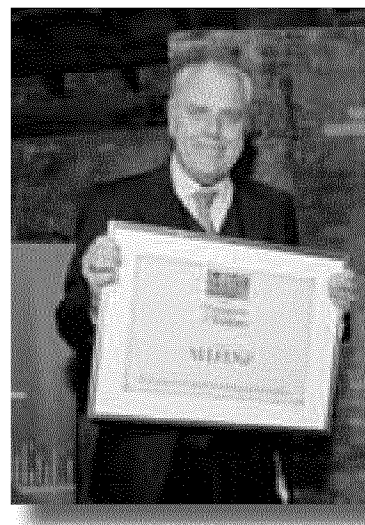
«Investimenti in advertising quando altri tagliano costi, pianificazioni multimediali sempre più complesse e attività di public relations per guadagnare reputazione, sono le chiavi di volta su cui si gioca la partita vincente in uno scenario critico come quello attuale», ha spiegato martedì nel corso del suo intervento Paolo Duranti, managing director Nielsen Media Research per il Sud Europa.

In uno scenario di crisi economica la comunicazione diventa un mezzo efficace per battere la concorrenza e continuare a crescere, a patto di saper scegliere i mezzi più efficaci. Fra questi internet, che sempre più è preferito dagli inserzionisti e dalle aziende che investono in comunicazione. Secondo le ultime stime illustrate da Duranti, infatti, per le assicurazioni il Web cresce dell'11,2% sul mercato italiano, dove ha una quota pari al 3,8%. Dal lato utente, invece, i navigatori dei siti di assicurazioni hanno ormai superato quelli delle carte di credito, a testimonianza dell'efficacia della comunicazione via internet per le assicurazioni.

Il mercato pubblicitario del settore, nel complesso, nei primi nove mesi di quest'anno è calato dell'11% rispetto al 2007, dopo tre anni di ininterrotta crescita. In generale gli investimenti pubblicitari in Italia sono rimasti flat nel periodo, con la quota di finanza e assicurazioni in calo del 7,2%.



Paolo Duranti



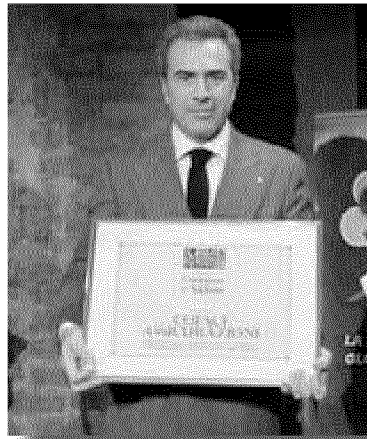
Giovanni Gabrielli



Luigi De Puppi



Isabella Fumagalli



Riccardo Caradori



Stéphane Coulot



Frédéric de Courtois



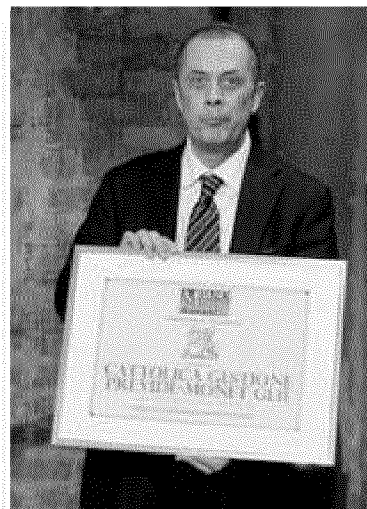
Maurizio Pellicano



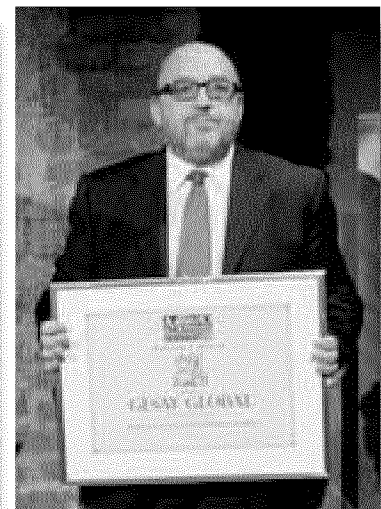
Camillo Candia



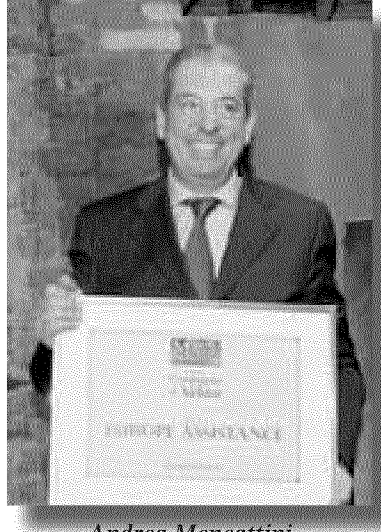
Marco Maraccani



Andrea Battista



Danilo Ignazzi



Andrea Mencattini

