

n.3/2008



piacere,  
**ace** europe



numero 3 - novembre 2008

**2**

**I NOSTRI CLIENTI** Design e tecnologia per mobili ecocompatibili

**4**

**CONOSCIAMOCI MEGLIO** Coordinarsi di più per far crescere il business

**5**

**PROGETTI** A&H: lo small business diventa appetibile

**6**

**TECNICAMENTE** Due nuovi prodotti per l'area Financial

**7**

**LA VOCE DELL'INTERMEDIARIO** Banche e tasse i nodi delle energie rinnovabili

**8**

**FOCUS** Notizie dal mondo ACE

# Design e tecnologia per mobili ecocompatibili

L'azienda veneta Frezza ha vinto con My Desk il premio Prodotto/arredi per il lavoro del Concorso Ufficio Fabbrica Creativa al SaloneUfficio 2008



## TUTELARSI NEL TRASPORTO

Per una società che si occupa di arredamento la fase del trasporto è una delle più delicate e rischia di vanificare tutto il lavoro fatto prima che il prodotto venga consegnato al cliente. Frezza da oltre due anni ha stipulato una polizza per il rischio trasporti con ACE, in sostituzione di un precedente contratto. "Essere tutelati da una compagnia che possa assistere adeguatamente il cliente in un momento critico come quello di un sinistro è fondamentale per noi" dichiara il *Responsabile amministrativo* **Virginio Sabadotto**.

Presente sul mercato con i marchi Frezza, Target e Casamania, Frezza è un gruppo industriale controllato dalla famiglia Doimo che produce da oltre sessant'anni mobili, sedute e arredi per l'ufficio, oltre a una linea di complementi d'arredo per la casa. A Vidor, in provincia di Treviso, si trovano il quartier generale della società e lo stabilimento principale, 28.000 metri quadrati su un totale di 76.000, che nel complesso ospitano i 300 dipendenti. Altre tre unità produttive sono situate in territori limitrofi – a Signoressa, Casale sul Sile e Caerano S. Marco – mentre a Collecchio, in provincia di Parma, vengono realizzate tutte le parti metalliche in acciaio da utilizzare su mobili a parete.

"Frezza ha sempre investito molto sia nella ricerca che nei processi produttivi, perché è convinta che offrire al mercato prodotti di qualità sia uno degli elementi che ci contraddistingue rispetto ai nostri concorrenti"

afferma **Sergio Lion**, *Responsabile commerciale e designer* dell'azienda. E se tutti gli stabilimenti sono certificati secondo gli standard ufficiali (UNI ISO 9002 e UNI ISO 14000), non manca la sensibilità ecologica, visto che già da alcuni anni l'azienda si distingue per l'utilizzo di prodotti e la scelta di lavorazioni che non arrecano danni all'ambiente né alle persone che in esso operano. Ne sono un esempio i pannelli in truciolare, realizzati grazie al riciclo di materiali lignei, evitando l'abbattimento di alberi e l'utilizzo di collanti e sostanze inquinanti, così come le parti plastiche, tutte riciclabili. "Inoltre, per le essenze che rivestono i mobili, da dieci anni l'azienda ha scelto di evitare l'utilizzo di legni tropicali – che prevedevano la distruzione di foreste pluviali – sostituendoli con legni ricavati da piante di coltura come il faggio o il noce nazionale che, con l'utilizzo di particolari trattamenti e verniciature, assumono trama e colore delle essenze esotiche.



## THE WINNER IS...

*Il progetto vincitore del premio al SaloneUfficio 2008*

“Fare del posto di lavoro un luogo a misura d'uomo è la migliore strategia che un'azienda come la nostra possa mettere in atto” esordisce **Sergio Lion**, anima creativa e commerciale di Frezza, al quale abbiamo chiesto di commentare il risultato positivo di SaloneUfficio 2008, la rassegna biennale dedicata all'arredo degli spazi di lavoro, organizzata nell'ambito del Salone Internazionale del Mobile di Milano. È proprio sulla base di questa filosofia che è nato il progetto My Desk, presentato alla manifestazione e vincitore del Premio Prodotto/arredi per il lavoro del Concorso Ufficio Fabbrica Creativa.

“My Desk non è semplicemente una scrivania, ma un sistema pensato per progettare la totalità dell'ambiente ufficio – spiega Lion – e quindi è composto sia da elementi orizzontali (postazioni lavoro) sia verticali (archiviazione). Si tratta di una linea ampia ed estremamente flessibile, nata anche dall'evoluzione di un insieme di prodotti che Frezza ha progettato nel corso del tempo, facendo tesoro degli elementi positivi già sviluppati”.

### Un mix vincente

Il giusto equilibrio tra tutte queste componenti ha portato Frezza a realizzare prodotti innovativi e funzionali che non intendono semplicemente arredare l'ambiente ufficio ma interpretarne l'evoluzione e coglierne le nuove esigenze, creando una visione integrale del rapporto tra l'uomo e lo spazio che abita. Punto di riferimento del mercato non solo italiano, Frezza ha raggiunto nel 2007 un fatturato di 60 milioni di euro, con un incremento del 10% rispetto all'anno precedente: “Il nostro mercato è suddiviso equamente tra l'Italia e l'estero, dove operiamo sia con filiali dirette che con distributori e concessionari selezionati” spiega il *Responsabile amministrativo* **Virginio Sabadotto**. Concentrata prevalentemente sul settore dell'arredo ufficio, la gamma dei prodotti Frezza va dalla scrivania direzionale di alto livello alle linee operative, con una duplice linea di prodotti in grado di soddisfare sia le esigenze di alto livello (linea Frezza) che quelle intermedie (con il brand Target), sempre nel rispetto della qualità dei materiali e dell'esclusività del design. E proprio per offrire al mercato prodotti d'eccellenza, Frezza ritiene essenziale la collaborazione e il dialogo con i più noti architetti

per lo sviluppo delle proprie linee progettuali.

La ricerca oggi deve infatti tener conto non solo dell'estetica e dell'ergonomia di un sistema di arredo, ma anche delle continue trasformazioni che investono il mondo del lavoro: le nuove tecnologie informatiche, le normative internazionali sulla sicurezza, i nuovi sistemi di gestione del lavoro negli uffici richiedono attenzione per soluzioni e forme innovative. Anche per questo lo staff dell'ufficio Ricerca e Sviluppo visita costantemente i fornitori per verificare e testare le materie prime, oltre che per portare le campionature presso i vari istituti di analisi e controllo. Disporre del prodotto in tempi brevi è una richiesta costante da parte dei clienti “Per questo abbiamo investito molto sia negli impianti di produzione che nello spazio per immagazzinare i prodotti finiti” conclude Lion. E per accrescere la competitività l'azienda punta a processi di lavoro ottimali: dalla gestione delle commesse ai piani di taglio che governano le macchine operatrici, fino all'identificazione dei prodotti attraverso codici a barre: tutto avviene mediante procedure telematiche che garantiscono l'ottimizzazione delle risorse e l'eliminazione di errori o sprechi. ■

# Coordinarsi di più per far crescere il business

## Francesco Ilgrande ha accolto la sfida di una nuova posizione manageriale all'interno della compagnia

A un anno dalla creazione della figura del *Property & Casualty Manager*, *Piacere, ACE Europe* ha intervistato **Francesco Ilgrande**, ex Marine Manager della compagnia, per un primo bilancio sull'attività.

### Qual è stata l'esigenza che ha portato alla nascita del P&C Manager?

Questo ruolo è stato voluto dal nostro *Country Manager Maurizio Ferrario*, che l'ha istituito nell'autunno scorso in accordo con il Senior Management di Gruppo. Il ruolo del Property & Casualty Manager nasce dal convincimento che sia necessaria una figura *super partes*, senza alcuna connotazione tecnica ma puramente manageriale, che funga da punto di riferimento interno ed esterno alla compagnia rispetto alle Lines tecniche e che ne coordini le strategie locali di business. Noi siamo la prima branch di ACE in Europa a sperimentare il nuovo assetto e siamo convinti che il risultato finale possa essere di spunto anche agli altri Paesi.

### Come si innesta questa figura all'interno della struttura a matrice della compagnia?

Il P&C Manager ha di fatto, fra le sue funzioni, il compito di affrontare tutte le questioni di carattere generale del P&C. Si tratta di un 'facilitator' del business, che opera all'interno della compagnia fluidificando alcuni processi, identificando opportunità di cross selling e supportando i Lines manager anche nelle relazioni con Casa Madre. In questo senso l'interscambio, la collaborazione e il confronto sono continui anche con le altre figure manageriali della Compagnia: con il Country Manager, il Market Manager (anima commerciale dell'azienda) e con il Claims Manager (vedi *Piacere, Ace Europe* n.2/2008). In sintesi il P&C Manager ha un ruolo di coordinamento e di supporto.

### Che impatto ha l'attività del P&C Manager all'esterno di ACE?

Anche nei confronti del mercato occorre un punto di riferimento non puramente tecnico, che si impegnasse a indirizzare al meglio le energie della compagnia per risolvere criticità e individuare nuove opportunità di business. Naturalmente ciò è possibile perché la grande professionalità dei nostri Line Manager facilita le sinergie, nel pieno rispetto dell'autonomia di tutti. Inoltre puntiamo a comunicare in maniera sempre più omogenea con l'esterno, a partire dalla modulistica, fino ad arrivare ai tempi di risposta e alla chiarezza di linguaggio. Infine il mio ruolo è di stimolo alla creazione di nuovi prodotti che potranno interessare le varie linee all'interno del P&C.

### Qual è il bilancio del primo anno di lavoro?

È stato sicuramente un periodo di rodaggio, indispensabile per acquisire una conoscenza approfondita di tutte le Linee, comprendere le esigenze e impostare la strategia operativa. Ora inizia la sfida vera e propria, anche nei confronti del mercato, dove il mio compito è soprattutto quello di favorire la comunicazione ai più alti livelli e quindi il business.

### Chi trarrà i maggiori benefici da questo nuovo assetto?

L'organizzazione della compagnia, all'interno della quale tutto dovrà essere più scorrevole grazie ai migliori flussi di comunicazione e di coordinamento delle attività. ■





PROGETTI

# A&H: lo small business diventa appetibile



5

**Una piattaforma informatica dedicata ai broker  
per snellire le procedure degli affari di dimensioni limitate**

Trattare affari importanti non implica – per una compagnia come ACE – la volontà di escludere quelli di dimensioni più limitate. Al contrario. Valutando i propri numeri, ACE ha acquisito la consapevolezza che un'interessante quota di business passava proprio attraverso trattative 'small', non gestite però con la medesima efficacia delle altre. Processi non strutturati e, di conseguenza, tempi di risposta più dilatati rispetto agli standard della compagnia, rappresentavano un ostacolo nel dialogo con il broker, nuocendo alla qualità del servizio anche nei confronti del cliente finale. “Per questo abbiamo pensato di ribaltare la situazione, creando una corsia preferenziale proprio per questo tipo di affari e puntando ad agevolare il business sia per noi che per i broker” dichiara **Orazio Rossi**, *Responsabile del ramo Accident and Health* della compagnia.

Il processo che porta dalla richiesta del broker alla conferma della quotazione della polizza prevede infatti diversi passaggi, per concludere i quali talvolta sono necessarie alcune settimane. Una tempistica giustificata per trattative complesse, ma un ostacolo per affari omogenei per tipologia e meno rilevanti a livello di premi. La piattaforma ha puntato a sciogliere il nodo più critico, quello della quotazione. “L'innovazione della nostra piattaforma nel rapporto con i broker consiste nell'aver spostato a monte la trattativa e di averlo fatto non su un singolo evento ma su una intera classe di affari” spiega Rossi. “Proponendo ai broker di aderire a questa metodologia, noi chiediamo loro di trattare in anticipo le condizioni su una certa tipologia di prodotti, in modo che quando avranno necessità di effettuare una richiesta potranno accedere alla piattaforma e ottenere risposte in maniera estremamente rapida”.

## **Una polizza personalizzata in pochi minuti**

Una volta stabilito l'accordo con il broker per una o più classi di prodotti, ACE gli fornisce una user id e una password attraverso le quali potrà accedere alla piattaforma. Compilando le informazioni necessarie per ogni singola richiesta, riceverà in breve una email con la quotazione, che verrà inviata in copia anche all'underwriter. Il broker potrà quindi confermare l'affare attraverso la piattaforma, se lo ritiene ancora competitivo, e ricevere la polizza via email già firmata e pronta per essere consegnata al cliente. Un processo che può durare anche solo pochi minuti.

Nata nel 2006, oggi la piattaforma è stata potenziata dal punto di vista tecnologico e resa più funzionale sotto l'aspetto dell'usabilità. “Puntiamo a spostare su questa piattaforma una percentuale non trascurabile del nostro business, offrendo un servizio sempre migliore ai broker” conclude Rossi. ■

## **NON SOLO POLIZZE**

La nuova release della piattaforma è stata resa più accattivante per i broker che vi aderiscono anche grazie all'inserimento di due servizi e un gioco che esulano dalle funzionalità puramente assicurative.

1. La possibilità di contattare un assistente di viaggi che provvederà a effettuare prenotazioni e ad applicare eventuali sconti previsti per i partner di ACE.
2. L'accesso ad un palinsesto di spettacoli e manifestazioni, con percorsi facilitati per la prenotazione e le tariffe.
3. La possibilità di vincere un premio a scelta da un catalogo ACE semplicemente cliccando per primi sul banner che – una volta a settimana in giorni e orari variabili – si illumina.

# Due nuovi prodotti per l'area Financial

## ACE lancia due soluzioni nell'ambito dei media e delle controversie di lavoro

L'Italia è un paese litigioso tanto che tutti noi abbiamo acquisito familiarità con il linguaggio giudiziario e con le cifre esorbitanti richieste da personaggi più o meno noti. "ACE ha individuato due aree in cui intervenire per colmare un vuoto che esisteva a livello di offerta assicurativa – dichiara **Andrea Marega**, responsabile *Financial Lines* di ACE – e si tratta delle possibili controversie nel settore dei media e del rapporto tra azienda e dipendente". Per quanto riguarda il contenzioso tra lavoratore e azienda, l'offerta di ACE nel Regno Unito prevede già da tempo una polizza RC, che ora è stata proposta anche in Italia sulla base delle esigenze locali e dei dati emersi da uno studio di settore realizzato dalla Compagnia.

### Se il dipendente fa causa all'azienda

"La nostra soluzione non intende offrire una copertura assicurativa ai comportamenti illeciti del datore di lavoro, – precisa Marega – ma fornire una tutela finanziaria alle aziende in tutte le situazioni in cui un lavoratore agisce in maniera strumentale nei confronti del proprio datore di lavoro, portandolo in Tribunale e costringendolo a sopportare costi che impattano sui conti aziendali". E le cifre possono essere anche elevate se si pensa che non comprendono solo le spese legali ma anche eventuali risarcimenti.

La Compagnia non entra mai nel merito del contenzioso ma agisce in conseguenza di quanto stabilito dal Tribunale. "Il più delle volte si tratta di controversie legali, malgrado ACE preferisca sempre una soluzione stragiudiziale delle vertenze (per la quale è pronta a svolgere anche un ruolo attivo) e nel caso di esito giudiziale non fa altro che applicare le decisioni del Tribunale entro i limiti della copertura assicurativa" spiega il manager.

Ma quali sono le fattispecie tutelate dalla polizza EPLI (Employment Practice Liability Insurance Policy)? Gli atti illeciti relativi al rapporto di lavoro come il licenziamento illegittimo, atti discriminatori, demansionamenti, molestie, ma anche la violazione della privacy sui dati personali, la diffamazione e più in generale qualunque violazione di norme di diritto del lavoro. "La situazione giurisprudenziale del rapporto di lavoro è in costante e continuo divenire, come dimostrano recenti sentenze relative al mobbing,

interpretato sempre meno come sindrome depressiva e sempre più come violazione di diritti" dichiara Marega. Una situazione sempre più a rischio per il datore di lavoro.

### Giornalisti nel mirino

Un altro settore sensibile alle controversie è quello del giornalismo, che sia stampa, tv o radio. Il contenzioso in questo campo è un fenomeno dalle caratteristiche molto soggettive perché, se è frequente il caso del giornalista che denuncia fatti gravi e reali sul conto di una persona o di un'azienda senza essere querelato, lo è ancora di più la situazione in cui si urta la suscettibilità di personaggi noti descrivendo fatti realmente accaduti. I giornalisti che si occupano di finanza, politica e cronaca sono spesso abituati al rischio di incappare nella querela ma, oggi, possono anche tutelarsi. Oltre alle spese legali, anche in questo caso si rischia di dover risarcire la persona 'offesa'. "In genere si parte da cifre a sei zeri, per arrivare spesso – grazie al buon senso del giudice – a somme più ragionevoli, ma comunque impegnative per un libero professionista" puntualizza Marega. Per questo ACE ha messo a punto due polizze, una per l'editore che può assicurare sia le proprie testate sia i giornalisti che vi lavorano, e una per i giornalisti singoli, che siano free-lance o dipendenti di un editore che non ha alcuna assicurazione. E i rischi? I principali sono quelli di diffamazione, ingiuria e danni d'immagine, ma vengono coperti anche altri danni, compresi quelli derivanti dalla violazione della privacy sui dati personali ed esclusi quelli riconducibili ad elementi di dolo. ■

## E LA POLIZZA D&O ORA SI QUOTA ONLINE

ACE punta all'innovazione anche negli ambiti più delicati, come le polizze D&O, il cui premio va tradizionalmente definito sulla base di una buona analisi dell'azienda e della gestione da parte dei suoi amministratori. "Siamo riusciti a trasformare un processo complesso in qualcosa di estremamente semplice ed economico grazie all'utilizzo di una sofisticata piattaforma informatica web di nostra realizzazione" spiega Marega. Il progetto prevede la gestione in outsourcing di quotazioni e coperture per società con un fatturato non superiore ai 150.000.000 euro.

Gli intermediari selezionati da ACE per l'utilizzo di questo strumento hanno così la facoltà di gestirsi in modo professionale ed autonomo l'intero processo di una quotazione D&O, stabilendone condizioni e tempi nei modi che ritengono più opportuni.



# Banche e tasse i nodi delle energie rinnovabili

Roberto Losa interviene sul dibattito  
aperto sul numero 2-2008 di *Piacere, ACE Europe*

Sono diversi gli aspetti da considerare quando si parla del nuovo mercato delle energie rinnovabili dal punto di vista assicurativo e Sopabroker ha avuto diverse esperienze in merito, soprattutto con alcuni parchi eolici attualmente in fase di realizzazione: Callari (in provincia di Catania), Minerva (provincia di Messina), Ortona Energia (nel foggiano) ed il parco di Ecoenergia Campania (nell'avellinese) in fase di collaudo.

In primo luogo ritengo che – a livello imprenditoriale – questa possa essere un'ottima opportunità per il Sud Italia, visto che è soprattutto nel Meridione che c'è vento sufficiente per la realizzazione dei parchi. E, se non si può ignorare il problema dell'impatto ambientale, che spesso rappresenta un freno, credo che con le dovute misure possano crearsi situazioni non troppo dannose per il paesaggio. È importante però considerare i tempi e le modalità con cui broker e assicuratore intervengono all'interno del lungo iter che porta alla costruzione di un parco eolico che, di norma, avviene attraverso il Project financing. Chi intende costruire un impianto, per prima cosa realizza un progetto da sottoporre all'ente finanziatore. Le banche, nel processo di valutazione, si avvalgono di un advisor che assume un ruolo tecnico e “suggerisce” le coperture assicurative definendo somme da assicurare, scoperti e franchigie. Dette prescrizioni sono a volte eccessive: il ruolo del broker s'innesta dunque su una situazione in cui insiste un piano assicurativo già ben definito. La sua abilità consiste allora in un'attività di mediazione tra l'assicuratore e l'assicurato, ovvero nella capacità tecnica di soddisfare le esigenze sia del proprio cliente sia dell'ente finanziatore.

## Sinergie necessarie

Per un criterio di trasparenza nei confronti del cliente, che abbiamo sempre adottato nella nostra policy aziendale, chiediamo sempre più di una quotazione, anche se di fatto sono pochissimi i competitor che conoscono questo settore e sono in grado di coprire tutti i rischi, dai trasporti alla costruzione, alle perdite derivanti da ritardi nella costruzione (ALOP), fino alla responsabilità civile ed alla successiva gestione dell'impianto per danni diretti ed indiretti. Con ACE siamo sempre riusciti

## IDENTIKIT DELL'INTERMEDIARIO

Fondata nel 1992, Sopabroker è attiva in tutti gli ambiti assicurativi, con due macro specializzazioni: l'area Construction, al servizio di grandi imprese e progetti, ed il settore Corporate, dedicato all'industria a 360 gradi. Anima di Sopabroker sono Alessandra Talarico, Presidente e responsabile delle Relazioni Istituzionali, e Roberto Losa, Vice Presidente.

Personalizzazione dei prodotti e unità organizzative e gestionali costituite da professionalità dedicate rappresentano i punti di forza della società, che punta a una sempre maggiore efficienza del servizio sinistri.

a “costruire” le polizze così come venivano richieste dagli istituti perché è una compagnia molto attenta al prodotto, con la quale s'instaura una comunicazione puntuale anche nelle fasi di realizzazione e di gestione del progetto con la partecipazione a determinate attività particolarmente a rischio (carico e scarico, trasporto, collaudo). È molto utile per l'assicuratore rendersi conto di come avvengono le procedure ed è, al tempo stesso, un'apprezzata opera di risk management nei confronti dell'assicurato.

È importante anche distinguere il mercato tra le società che costruiscono un impianto ad uso proprio – con una richiesta assicurativa standard – e quelle aziende che decidono di fare dell'energia rinnovabile un nuovo business. Nel secondo caso la sinergia tra broker e assicuratore, nell'interesse del cliente, è strategica e, progetto dopo progetto, consente di affinare lo strumento assicurativo.

Dal punto di vista normativo, invece, il Governo – che attraverso i contributi statali finanzia parte del progetto 3 x 20 al 2020 – potrebbe ulteriormente incentivare il raggiungimento degli obiettivi diminuendo l'imposta sulle assicurazioni su questo genere di coperture che, oggi, è per il ramo trasporti del 12,50% e per le altre garanzie d'engineering arriva al 21,25%. Da più parti si è chiesto di ridurre, per le polizze di responsabilità civile ambientale, la percentuale delle imposte sulle assicurazioni dal 22,25% al 2,5%. Un'analoga riduzione consentirebbe automaticamente di abbassare i premi.

**Dr. Roberto Losa**

*Vice Presidente di Sopabroker*

## FOCUS

### Notizie dal mondo ACE

#### ZURIGO Trasferita la sede legale

È stato completato nel corso dell'estate il trasferimento della sede legale di ACE Limited dalle Isole Cayman a Zurigo, in Svizzera, sulla base di quanto deciso dagli azionisti in occasione del meeting annuale del luglio scorso. Dal punto di vista operativo, tuttavia, non ci saranno cambiamenti: la compagnia continuerà a registrarsi sotto la SEC (Security & Exchange Commission), gli azionisti riceveranno i dividendi in USD e le azioni saranno sempre scambiate presso il New York Stock Exchange sotto il simbolo "ACE".

"La novità non prelude a un nuovo approccio nel nostro business – afferma **Maurizio Ferrario**, *Country Manager* di ACE Group in Italia – ma è comunque un momento storico per la compagnia, che punta a consolidare sempre più la propria posizione finanziaria".

#### PRODOTTI Un servizio vincente



È stato assegnato ad ACE Europe il terzo premio dell'Innovation Award 2008, promosso dal quotidiano finanziario MF nel 2008 che premia i prodotti più innovativi e le strategie di marketing più originali del settore assicurativo. La compagnia è salita sul podio grazie alla partnership con l'operatore di telefonia Zeromobile, che ha permesso di offrire ai clienti, contestualmente all'acquisto di una sim card, un pacchetto di assistenza assicurativa immediata prima e durante un viaggio all'estero. Chiamando gratuitamente dal proprio cellulare, i titolari della Sim Zeromobile vengono collegati a un operatore ACE che garantisce supporto per qualsiasi problema o imprevisto.

#### COMUNICAZIONE ACE si lancia in tv

Da oltre un anno ACE Italy ha lanciato un nuovo mezzo di comunicazione interna: la business television. Con tre-quattro edizioni ogni anno, ognuna della durata di circa quindici minuti, ACE ha l'obiettivo di diffondere a tutto il personale le notizie di rilievo riguardanti proprio la compagnia. Un vero e proprio notiziario, costituito da grafica, immagini e filmati e, naturalmente, dalla voce di una presentatrice, **Manuela Castellaneta**, del team di Comunicazione.

"È un'idea originale, nata quasi per caso e realizzata esclusivamente grazie all'utilizzo di risorse interne ed è un modo per condividere con i colleghi informazioni rilevanti ed eventuali momenti un po' diversi" afferma **Roberto Marella**, uno dei principali promotori della nascita di ACETV News, che viene proiettato in auditorium ma è anche disponibile sulla intranet di ACE, in modo da essere visibile, oltre che dal personale di ACE Italia, anche da tutto il circuito internazionale delle sedi del Gruppo. "La chiave del successo della business television è la sinteticità ed incisività delle notizie unite alla suggestione di immagini e filmati. Questi elementi consentono di far arrivare a tutti i colleghi informazioni ed eventi riguardanti la vita dell'azienda" conclude.

#### AMBIENTE Strategie di Gruppo

Si chiama **ACE Green** ([www.acegreen.com](http://www.acegreen.com)) il sito web specializzato nelle coperture per i rischi ambientali e climatici.

Il sito presenta tutti i prodotti offerti da ACE in questo settore come ad esempio: polizze per inquinamento, protezione per condizioni climatiche avverse, coperture per imprenditori attivi nella costruzione di impianti per la produzione di energie rinnovabili.

Ma l'interesse di ACE per l'ambiente si estende anche alle politiche di gestione della compagnia stessa. ACE è infatti partner del programma governativo americano **Climate Leaders**, che ha l'obiettivo di sviluppare strategie a lungo termine volte a ridurre il consumo energetico e, di conseguenza, le emissioni nocive per l'ambiente. La compagnia ha anche indetto una competizione tra le proprie sedi a livello mondiale, stimolando la ricerca di soluzioni da applicare quotidianamente in ufficio per la salvaguardia della salute del pianeta. L'Italia è risultata vincente tra tutte le sedi europee ed è stata tra i quattro finalisti della gara grazie a una serie di accorgimenti e alla donazione effettuata all'Oasi del WWF di Vanzago. Tutti i dipendenti sono stati coinvolti partecipando con entusiasmo a queste azioni "green".



**Se desiderate ricevere maggiori informazioni su ACE European Group Limited vi preghiamo di scrivere a [manuela.castellaneta@ace-ina.com](mailto:manuela.castellaneta@ace-ina.com)**

#### Impegno di riservatezza

I dati personali utilizzati per inviare questa pubblicazione sono trattati nel rispetto della normativa vigente solo per permettere ai destinatari di ricevere la rivista. In ogni momento l'interessato può modificare, aggiornare o cancellare i dati scrivendo a ACE Europe – Titolare del trattamento – viale Monza 258 – Milano.

Registrazione al Tribunale di Milano  
N. 145 del 08/03/04  
Editore  
Exellent Srl – Milano  
Stampa  
Arti Grafiche Fiorin S.p.a. – Milano

Direttore Responsabile  
Cristina Pierobon  
In redazione:  
Laura Bugliosi, Manuela Castellaneta  
Progetto grafico  
ideoLink – Milano



**ACE European Group Limited**  
Viale Monza, 258 – 20128 Milano  
tel. 02 270951 – fax 02 27095333