

Per individuare meglio l'importanza di questo settore guardiamo cosa succede in Italia dove troviamo che il mercato assicurativo del credito raccoglie ogni anno premi per circa 500 milioni, una cifra concentrata quasi per intero nelle prime tre compagnie, Euler, Coface e Atradius che raccolgono l'80%. Poi c'è Net Insurance che in realtà non offre coperture per il credito commerciale, ma opera nella "cessione del quinto" (nel bilancio della compagnia viene obbligatoriamente inserito nel ramo Credito) e che risulta maggiore dell'unico operatore italiano attivo nel credito commerciale "SACE BT". Questa è la compagnia del gruppo Sace, ovvero del polo che fornisce coperture all'export delle aziende italiane, controllata da Cassa Depositi e Prestiti.

Abbiamo, infine, un altro player - "Credendo" - che rappresenta un gruppo di compagnie che fanno capo allo stato belga, attivo da poco tempo sul nostro mercato con formulazioni assicurative personalizzate.

Il resto delle compagnie, presenti nella tabella ANIA per l'Italia, non operano nel settore del "credito commerciale", ma sono presenti nella rilevazione sempre perché qualunque tipo di cauzione che copra un garanzia di pagamento di credito deve essere inserito nel bilancio nel ramo "credito" e non nel ramo "cauzioni" anche nel caso in cui venga emessa una polizza fidejussoria.

Sappiamo che la dimensione delle imprese italiane è ben diversa dalla media europea: abbiamo prevalentemente PMI e, con una percentuale che è ormai vicina al 90%, costituita da società che fatturano 5-10 milioni, quindi con dimensioni modeste e poco avvezze a cercare protezione assicurativa.

L'attività nel settore dell'assicurazione credito è sempre stata caratterizzata da prodotti studiati per imprese medie e grandi e che, solo recentemente, hanno variabili che si adeguano a specifiche richieste o esigenze dell'azienda cliente. Inoltre, bisogna considerare che queste polizze richiedono una cospicua attività gestionale necessaria a seguire le variazioni o gli sviluppi che l'attività di vendita subisce, variazioni non sempre gestibili informaticamente.

Le forme di assicurazione oggi sul mercato sono tante e diverse e tutte possono essere prese ed utilizzate dall'impresa. Il problema sorge nel loro corretto utilizzo che dovrebbe essere la conseguenza di un esame approfondito delle diverse modalità con cui un'azienda è organizzata in tutte le diverse attività: "vendita" - "incasso" - "gestione dei crediti" - "gestione dei ritardi" ecc.. E' evidente che le differenze possono diventare così numerose che diventa fondamentale una costruzione della copertura assicurativa ad hoc per ciascuna azienda, soprattutto quando un'impresa si presenta senza la conoscenza di come si comporta il contratto e di quali possano essere i miglioramenti normativi ottenibili.

Vorrei sottolineare anche una nozione utile ad inquadrare la situazione esistente almeno fino a tempi molto recenti, ovvero che il mercato del credito era considerato come un settore poco propenso a modificarsi per seguire logiche o richieste delle aziende, con una concorrenza basata soprattutto sui tassi e sull'offrire i servizi che sono alla base di queste coperture: le info/fidi sui clienti e il recupero dei crediti.

Anche il sano concetto dell'obbligo di assicurare "la globalità del rischio", pur fondamentale per mantenere intatto il principio assicurativo dell'antiselezione, solo in tempi recenti incontra la realtà delle diverse situazioni esistenti all'interno delle aziende e va incontro alle logiche aziendali di interesse alla stipula della copertura (per esempio, quale interesse può avere un'azienda ad assicurare il credito verso una affermata azienda multinazionale?).

Tutte queste limitazioni, che oggi possono essere tolte, influenzano ancor più il settore delle aziende di minori dimensioni che maggiormente necessita di una protezione assicurativa per l'evidente debolezza finanziaria a cui sono esposte questo tipo di imprese.

Il mercato, solo ultimamente, ha offerto prodotti semplificati adatti ad aziende di piccole dimen-

sioni (1 - 8/10 milioni fatturato).

Crediamo che proprio queste aziende siano quelle che maggiormente possano beneficiare dei sistemi informatici attuali per valutare e comprare una protezione dei loro crediti.

Questo sarà l'argomento conclusivo della relazione di Edoardo Colombo a cui lascio la parola.

Edoardo Colombo

La mission di ASSIGECO Trade Credit consiste nell’offrire un servizio professionale e specialistico di consulenza e di intermediazione sia a piccole sia a medie sia a grandi aziende, operando in sinergia con tutto il primario mercato assicurativo del credito. Pertanto pocanzi abbiamo preferito illustrare per sommi capi quali sono i principali Player, senza voler entrare troppo nel merito dei prodotti, delle linee guida e delle politiche assuntive di ciascuna Compagnia, poiché la copertura “migliore” è solo e unicamente quella “cucita su misura” in funzione delle esigenze della singola impresa (a titolo esemplificativo gli aspetti principali da tenere in considerazione sono: settore di appartenenza, paesi in cui si opera, struttura societaria, prodotto e/o servizio venduto, strategia commerciale, altro).

Nell’ottica di fornire un servizio altamente qualificato risulta fondamentale avere un’ampia conoscenza del mercato e quindi avere la capacità di entrare nel merito di tutte le formule assicurative presenti sul mercato domestico e internazionale.

Le tipologie di assicurazione più conosciute ad oggi (slide n.18) risultano essere quella “tradizionale”, la “top client”, la “single risk”, il “II rischio” e la “excess of loss”, ma solo alcune hanno un indice di penetrazione significativo all’interno del nostro Paese.

Ora, volendo contestualizzare l’Assicurazione del Credito in Italia la prima osservazione che viene immediata è l’anno in cui venne emanata l’ultima direttiva ministeriale, ovvero il 1979!.... L’Italia - purtroppo - non ha dimostrato e non dimostra di avere un approccio al Ramo Credito al passo con i tempi, o meglio, al passo con i Paesi limitrofi, che pongono particolare attenzione oramai da anni alla gestione del credito commerciale, a tal punto che la raccolta di premi, in termini di centinaia di milioni di euro, è di gran lunga maggiore rispetto a quella fatta nel nostro Paese. Risulta pertanto di facile intuizione come i mercati limitrofi siano più “aperti”, “creativi” e disponibili a modulare prodotti e servizi in funzione di esigenze specifiche del singolo, in virtù anche del giro d’affari che nel corso del tempo hanno sviluppato.

L’approccio italiano risulta talvolta retrogrado, riducendo al semplice “insoluto” la “problematica” inerente la gestione del credito, quando nella realtà dei fatti è ben di più ampia portata.

L’insoluto è solo il risultato di un errore comune - intendo dell’Assicurato e della Compagnia - che insieme hanno sbagliato la valutazione di un “cliente”.

E’ fondamentale avere un approccio che basa la propria valutazione dall’origine di una trattativa commerciale, ovvero dal pre-credito, ponendosi in primis la domanda: “E’ corretto voler vendere? Se sì, a quali condizioni?”

L’ultima direttiva ministeriale riguardante il Ramo Credito risale appunto al 1979 e - come illustrato pocanzi dal dott. Benetti - prevede l’anti-selezione del rischio, ovvero la globalità dell’assicurazione. Questo è il punto di partenza dal quale bisogna evolversi.

Ritornando al passato vien da ricordare che un tempo - qualche decennio fa - esisteva un’unica Compagnia sul mercato che operava solo nel “credito commerciale”, la SIAC (Società Italiana Assicurazione Credito), che vendeva i propri prodotti e servizi, senza alcuna disponibilità a recepire le necessità e le esigenze del singolo assicurato, forte di operare in un mercato monopolistico, limitato non solo dall’assenza o limitatezza di competitor, ma protetto anche da barriere giuridiche.

Ad oggi, invece, è possibile circoscrivere o comunque limitare la globalità a seconda delle esigenze e delle necessità dell’Assicurato, limitando la copertura, ad esempio, ad una o più categorie merceologiche, ad uno o più Paesi, ad una o più categorie di buyer e così via per gruppi omogenei. Si può pertanto asserire che è da un nuovo concetto di globalità che nascono “nuove” formule assicurative, utili e gradite che han sempre come scopo la tutela del patrimonio aziendale.

In sintesi, è possibile affermare che non esiste una Compagnia migliore di un’altra, così come non esiste neppure un prodotto migliore assoluto, bensì esiste semplicemente la soluzione più idonea rapportata alle esigenze dell’Assicurato e che dipenderà da alcuni fattori e/o caratteristiche, quali sono ad esempio: bene e/o servizio venduto, utente finale (in caso di semilavorato), mercati in cui si opera, altro.

Quando si parla di rischio credito erroneamente si tende ad associare il solo mancato pagamento derivante da un’insolvenza, di natura giuridica o di fatto, mentre risulta fondamentale considerare anche il rischio paese, che è determinante nell’attribuzione del singolo affidamento.

ASSIGECO Trade Credit è diventata pienamente operativa nel corso dell’ultimo anno e si è presentata sul mercato sostenendo di essere in grado di fare quello che solo poche società di brokeraggio specializzate sul ramo credito sono in grado di fare ad oggi in Italia.

Abbiamo iniziato a lavorare in settori molto difficili e particolari riuscendo ad assicurare transazioni di breve e medio lungo periodo, in paesi come l’Egitto, il Libano, l’Equador e perfino in Iran, coperture che in molti sostenevano non fossero fattibili.

Tutto questo è stato espressione delle capacità tecniche degli operatori specializzati all’interno della nostra struttura, unite alle capacità di confronto e relazione con il management dei nostri clienti.

Il punto di partenza del confronto con l’azienda raramente è la polizza, bensì inizia con l’ascolto del management per comprendere quale debba essere l’obiettivo da perseguire a breve e nel prossimo futuro, qual è l’applicazione attuale del prodotto e/o servizio offerto oggi e quale ne sarà l’evoluzione, quali sono ad oggi e quali saranno in futuro i mercati da sviluppare, il tutto con un’attenzione particolare alle marginalità risultanti. (slide 20)

Questo modus operandi ci ha permesso di approcciare il mercato in maniera consulenziale, fornendo ai nostri clienti anche soluzioni ad hoc - scritte e proposte al primario mercato specializzato da ASSIGECO Trade Credit stessa - in funzione delle esigenze contingenti, garantendo quindi vendite fatte dall’assicurata anche in deroga a quelle che normalmente sono Condizioni Generali o Particolari dei contratti assicurativi; sempre e comunque nel

rispetto delle direttive ministeriali e del codice civile, piuttosto che normative locali differenti da quanto previsto ad oggi in Italia.

Piccole e medie imprese, così come anche grandi aziende oramai non solo si aspettano condizioni economicamente “accattivanti” quanto più soluzioni innovative, che permettano una gestione ottimale degli affidamenti fornendo “elasticità di manovra” all’Assicurato nell’utilizzo dei prodotti assicurativi prescelti. Non a caso viene utilizzato il plurale, poiché ad oggi raramente si riescono a soddisfare tutte le esigenze e/o necessità di un’azienda con un unico prodotto assicurativo piuttosto che con un’unica Compagnia, soprattutto se l’Assicurato in questione è di dimensioni medio-grandi.

18

Credito Commerciale
Le forme di Assicurazione

ASSIGECO Trade Credit

- Polizza Tradizionale
- Polizza Top Client
- Polizza Single Risk Export
- Polizza Top Up (II Rischio)
- Polizza Excess of Loss

20



Questo modus operandi ci ha permesso di approcciare il mercato in maniera consulenziale, fornendo ai nostri clienti anche soluzioni ad hoc - scritte e proposte al primario mercato specializzato da ASSIGECO Trade Credit stessa - in funzione delle esigenze contingenti, garantendo quindi vendite fatte dall’assicurata anche in deroga a quelle che normalmente sono Condizioni Generali o Particolari dei contratti assicurativi; sempre e comunque nel

rispetto delle direttive ministeriali e del codice civile, piuttosto che normative locali differenti da quanto previsto ad oggi in Italia.

Piccole e medie imprese, così come anche grandi aziende oramai non solo si aspettano condizioni economicamente “accattivanti” quanto più soluzioni innovative, che permettano una gestione ottimale degli affidamenti fornendo “elasticità di manovra” all’Assicurato nell’utilizzo dei prodotti assicurativi prescelti. Non a caso viene utilizzato il plurale, poiché ad oggi raramente si riescono a soddisfare tutte le esigenze e/o necessità di un’azienda con un unico prodotto assicurativo piuttosto che con un’unica Compagnia, soprattutto se l’Assicurato in questione è di dimensioni medio-grandi.

Il motivo principale, dell'utilizzo di una pluralità di Assicuratori contemporaneamente, risiede nelle diverse politiche assuntive delle singole Compagnie, che, pur operando in una nicchia, tendono a ritagliarsi ciascuna il proprio spazio operativo, lasciando margine, talvolta anche volontariamente, ai competitor.

Le aziende si aspettano un servizio di valutazione della clientela, di monitoraggio del rischio day by day, di recupero del credito e soprattutto, oggi, un particolare rilievo è dato alla gestione finanziaria (slide n. 21). Ciò anche grazie a prodotti assicurativi, che garantiscono la liquidazione

dell'indennizzo con la sola insolvenza presunta, cioè "a data certa", a prescindere quindi dall'iter delle procedure concorsuali in cui spesso ci si trova intrappolati per lungaggini burocratiche - talvolta ingiustificate - e che possono provocare anche danni irreparabili alla salute finanziaria di un'impresa, fino a portare il danneggiato stesso verso una procedura concorsuale a sua volta.

Alla luce di quanto appena brevemente illustrato, abbiamo pensato di riepilogare quelli che vengono considerati come i principali vantaggi, che derivano dall'utilizzo costante di un'assicurazione del credito commerciale, non tanto in ordine di importanza quanto più secondo quella che è la percezione dell'Assicurato, sia esso una grande azienda piuttosto che una piccola o media impresa.

Il principale motivo per cui c'è un avvicinamento da parte di un'azienda all'assicurazione del credito è la tutela del proprio credito ovvero la tutela del proprio patrimonio con lo scopo di prevenire il rischio e avere la "consolazione" che qualcuno ne risponda, in caso di insoluto, nella misura di un fido deliberato, per una percentuale di copertura stabilita in polizza (slide n.22).

A nostro giudizio questo non è lo scopo principale dell'assicurazione del credito, quanto piuttosto l'eventuale sollievo che ne deriva quando viene mal gestita una trattativa commerciale fatta per "vendere". Il motivo principe, per cui l'assicurazione del credito dovrebbe riscuotere particolare successo e attenzione, è l'accrescimento delle vendite e il miglioramento del portafoglio clienti: l'utilizzo di tali prodotti, infatti, porta all'individuazione di nuovi spazi commerciali che possano permettere una crescita profittevole e armoniosa all'azienda (slide 23).

Gli Assicurati che hanno colto i reali vantaggi che derivano dal corretto utilizzo di una copertura del credito hanno raggiunto l'obiettivo prefissato, ovvero un miglioramento del bilancio, grazie anche ad una migliore gestione finanziaria.

Basilea 3 recepisce l'incidenza sul rating di una copertura del credito commerciale, anche se ancora non è chiaro per tutti in che termini e in che modi.

Spesso ci è capitato di compilare questionari, proposti da alcune banche ai nostri Clienti, e abbiamo potuto constatare in prima linea come vengano formulate una serie di domande in maniera

poco precisa e non puntuale, le cui risposte poco dicono circa la "bontà" della copertura. A titolo puramente esemplificativo viene richiesto spesso il parco affidamenti in un momento puntuale - 31/12 - piuttosto che il tasso in vigore, come se questi fattori incidessero sulla qualità della copertura o se fossero utili alla salvaguardia del patrimonio aziendale, patrimonio che la banca sta probabilmente finanziando. Questo genere di verifica - intendo del parco affidamenti - dovrebbe essere fatta in maniera continuativa nel tempo, ad esempio mensilmente, affinché si possa giustificare una reale incidenza sul rating.

Lavorare con piccole, medie e grandi aziende ci ha portato a strutturare il nostro team di specialisti in maniera tale che potessero venire recepite le differenti esigenze e necessità, che dipendono anche dalle dimensioni delle realtà con cui quotidianamente ci interfacciamo e quindi essere in grado di modulare il servizio in funzione alla domanda.

Generalmente aziende medio-grandi hanno la capacità di comprendere e apprezzare maggiormente la nostra attività di consulenza e intermediazione, oltre ai prodotti che le varie compagnie possono fornire, perché sono realtà strutturate ed evolute, con anche la disponibilità finanziaria necessaria per poter comprare ciò che serve, ovvero: consulenza e prodotti e servizi.

Risulta, invece, un'impresa più ardua fornire le piccole imprese con la medesima modalità visto che esiste una naturale barriera d'ingresso spesso e volentieri insormontabile: i costi alla base di ogni intervento consulenziale e gestionale!

Alla luce del fatto che ben oltre il 90% delle aziende in Italia è al di sotto dei 10 milioni di euro di fatturato è evidente che ci sia una quota di mercato difficilmente servibile, perlomeno con le modalità operative e professionali attuali, e lo confermano i numeri che né le Compagnie né gli Assicurati, né gli intermediari trovano soddisfazione in questa fascia di mercato.

Lo "scoglio" maggiore da superare per le aziende che rientrano in questo target rimane l'utilizzo efficace della polizza, poiché spesso i prodotti risultano troppo complessi e articolati anche solo in fase di presentazione dell'offerta. Abbiamo pertanto deciso di servire questa fascia di mercato in maniera smart, tramite ciò che ASSIGECO sta già facendo come leader in altri rami da anni, con un sistema di piattaforme, che possano agevolare l'offerta di prodotti e servizi inerenti alla gestione del credito.

Dopo mesi di confronto con le compagnie di assicurazione ne abbiamo individuata una nello specifico, che ha condiviso con noi linee guida e modus operandi.

Dopo circa 8 mesi di confronto siamo riusciti solo di recente ad avere le autorizzazioni necessarie per operare da HQ della Compagnia prescelta.

Al fine di poter offrire un prodotto e un servizio in linea alle aspettative e rispondente alle reali esigenze, ottimizzando i tempi e i costi di tutti gli attori coinvolti, abbiamo condiviso la necessità di avere un canale diretto con la Compagnia per essere in grado di fornire risposte just in time online.

Questa è una novità del mercato, poiché nessun intermediario ad oggi ha la possibilità di servire aziende con questa modalità e con questa tempistica.

ASSIGECO Trade Credit ha pensato ad una copertura online con un costo tutto compreso, in sintesi: un prodotto/servizio fruibile per piccole aziende.

L'entry level è fissato in un fatturato (sia domestico, sia export) da un milione di euro e può operare fino a otto milioni (slide n. 28). Così facendo l'elevata standardizzazione non risulta essere un vincolo, bensì un plus, perché fornisce la possibilità ad un numero particolarmente ampio di



La copertura «On Line»

Oggi è possibile acquistare una polizza crediti con un costo "tutto compreso" adeguata ad aziende con fatturato annuo compreso tra € 1.000.000 e € 8.000.000 (fatturato domestico + export).

imprese di beneficiare di prodotti e servizi di cui probabilmente fino ad oggi non conoscevano neppure l'esistenza. L'assicurazione del credito si è sempre rivolta – erroneamente – ad una elite di aziende di medio-grandi dimensioni, senza curarsi del fatto che in maniera alternativa avrebbe dovuto rivolgersi anche a target differenti fino ad oggi ignorati, evidentemente – a torto – poiché non considerati interessanti.

La piattaforma darà la possibilità a piccole aziende di ottenere, fornendo pochi dati e informazioni, un'immediata proposta di polizza, con un'accettazione automatizzata in tempi ridotti, tra le 48-72 ore (slide n.29).

Il costo della polizza si baserà su poche e semplici informazioni: fatturato, settore dell'attività, paesi in cui si vende, numero clienti e perdite/sofferenze ultimi 3 anni (slide n.30).

Una volta fornite le informazioni richieste il portale produrrà una risposta in tempi rapidi, fornendo una copertura fino al 90% con varie opzioni utili per la personalizzazione.

Le opzioni relative alla personalizzazione riguardano franchigie, massimo indennizzo, durata dei pagamenti, altro: in breve i principali parametri di una copertura, tutto ciò che è necessario valutare attentamente affinché la polizza risulti efficace (slide n.31).

La metodologia assuntiva è sempre stata una considerevole barriera all'ingresso, poiché già solo la compilazione del modulo di proposta richiede molto tempo e dedizione, cosa che scoraggia aziende piccole e destrutturate, poiché si traduce spesso e volentieri in un costo certo a fronte forse di un beneficio futuro; è una attività che difficilmente viene compresa, soprattutto al primo approccio.

La nostra piattaforma, che chiamiamo "Easy Cover", in quanto di semplice utilizzo permetterà, la raccolta dei dati utili e necessari per analizzare la richiesta e quindi formulare una proposta, che verrà fornita in tempi rapidi.

Ecco come funzionerà: il primo dato che l'azienda dovrà inserire per ricevere una proposta sarà il codice fiscale, perché è il codice univoco che permette la corretta identificazione dell'azienda medesima. Il processo assuntivo dell'assicurazione del credito - in breve - passa attraverso due verifiche:

1. la valutazione oggettiva, che riguarda l'Assicurando,
2. la valutazione soggettiva, che riguarda il settore di appartenenza, i mercati in cui si opera, i clienti, le perdite e le sofferenze storiche principalmente.

Una volta raccolte le poche informazioni sopra menzionate sarà possibile passare alla seconda fase con il trasferimento dei dati alla compagnia (slide n.35).

A questo punto il sistema fornirà due possibili risposte in funzione anche della "bontà" dell'Assicurando, ovvero del rating che gli verrà attribuito. Qualora non vi fossero fattori ostativi sarà possibile passare allo step successivo, "accompagnando l'acquisto" con una modalità guidata;

La copertura «On Line»

CARATTERISTICHE

- Elevata standardizzazione,
- Necessità di pochi dati,
- Immediata proposta di polizza,
- Accettazione automatizzata.

Quanto sopra in **TEMPI RIDOTTI: 48-72 ore**

La copertura «On Line»

Il costo della polizza si basa su:

1. Settore di attività,
2. Numero clienti,
3. Dimensione del fatturato (domestico e export),
4. Storico delle perdite,

=> Opzioni....

La copertura «On Line»

- percentuale di copertura è del 85%

Opzioni:

- Franchigia standard: € 300
- Periodo Massimo di copertura standard: 180 gg
- massimo indennizzo standard: 9%
- modalità pagamento premio: in un'unica soluzione

Ogni parametro ha la possibilità di essere personalizzato sulla base di altre 2 opzioni.

La copertura «On Line»
Schema di funzionamento

Sul sito di Assigeco Trade Credit

**Accompagnamento all'acquisto
Con collegamento ATC-Assicurazione
1[^] verifica**

Identificazione Assicurando

- **GIA' CLIENTE o trattativa in corso: il dato fa scattare una risposta automatica dal sito ATC:** per evidenziare che è già noto al mercato e prosegue con un trattamento della situazione ad hoc
- **NON CLIENTE:** la vendita si prosegue....

qualora, invece, non risultasse un rating positivo, non sarà possibile procedere con il successivo step e ci vedremo costretti a dare un feedback negativo all'Assicurando (slide n.36).

Il collegamento automatico permetterà di effettuare tutte le verifiche del caso sull'Assicurando pressoché in tempo reale.

Passato il primo step sarà possibile simulare tutti i preventivi graditi all'Assicurando, che avrà la possibilità di indicare le proprie preferenze circa alcuni parametri di polizza proposti.

Il trasferimento dei dati avverrà sempre tramite il nostro portale che dialogherà con la Compagnia costantemente (slide n.38).

Una volta elaborate le varie quotazioni secondo i desiderata dell'Assicurando, verranno poi inoltrate allo stesso sotto forma di proposte di polizza pronte per la formalizzazione, unitamente a password di accesso e credenziali per poter attivare il servizio online con aggancio diretto alla banca dati della compagnia.

Ci auguriamo che quanto sopra possa soddisfare un tessuto imprenditoriale di rilevante importanza per l'economia del nostro Paese e che ha titolo per avere a disposizione i migliori strumenti che il primario mercato specializzato può offrire per affrontare un percorso di crescita volto anche a mercati esteri, che sarebbero difficilmente affrontabili senza le giuste "dotazioni".

La copertura «On Line»
Schema di funzionamento

Sul sito di Assigeco Trade Credit

**Accompagnamento all'acquisto
Con collegamento ATC-Assicurazione
2^a verifica**

RATING Azienda:
su base dati Compagnia e in base a ESITO

- **RATING insufficiente:** risposta di impossibilità prosecuzione
- **RATING sufficiente:** prosecuzione trattativa con invito al completamento delle successive schemate e quindi scelta delle Opzioni (possibilità di formulare più quotazioni)

La copertura «On Line»
Schema di funzionamento

Sul sito di Assigeco Trade Credit

Accompagnamento all'acquisto

L'Azienda ha compilato il modulo di proposta, è stata correttamente identificata e ha espresso la propria preferenza circa le varie Opzioni...

Ora «SIMULIAMO I PREVENTIVI»

ATC trasmette automaticamente, in tempo reale, dati e informazioni raccolti alla Compagnia mettendola in condizione di fornire ipotesi di quotazione binding ottenibile già a polizza pronta per formalizzazione.

ATC contatterà l'Azienda solo in caso di problemi emersi durante la raccolta di dati / informazioni (vd. 2 blocchi automatici)