



EDITORIALE

## Gli agenti verso la disobbedienza civile

Si terrà in queste ore la conferenza stampa annunciata ieri dallo Sna per evidenziare quanto siano state disattese le iniziali proposte del Governo in materia di liberalizzazioni nel settore assicurativo. Oggetto della grande discussione in corso è, naturalmente, l'articolo 34. Secondo lo Sna, così come secondo le innumerevoli testimonianze che Insurance Daily ha raccolto tra gli intermediari nelle ultime settimane, il decreto liberalizzazioni non garantisce ai consumatori il diritto ad avere un reale confronto dei prezzi delle polizze. Come anticipato in recenti dichiarazioni, il Sindacato intende oggi "alzare la voce" e passare ad una più incisiva manifestazione di dissenso verso quanto previsto dal legislatore. Ma cosa si intende per "disobbedienza civile"? E quanto sarà, tale dissenso, effettivamente condiviso dalla categoria? Quanto incideranno le posizioni dei gruppi agenti, forse meno inclini al contrasto diretto con la compagnia mandante? E quale sarà la loro risposta verso azioni di "disobbedienza" e boicottaggio, come qualcuno ripete da tempo, a danno delle compagnie? Attendiamo l'esito della conferenza stampa... Con qualche interrogativo sulla reale compattezza della categoria, oggi probabilmente necessaria più che mai per raggiungere i risultati attesi.

**Maria Rosa Alaggio,**  
direttore Insurance Magazine  
e Insurance Trade  
alaggio@insuranceconnect.it

• COMPAGNIE

## Come cambia il marketing assicurativo

**Le compagnie alle prese con il rapido mutamento di bisogni e aspettative dei clienti. Ecco come evolve l'approccio al mercato secondo Gianpiero Zannier, responsabile marketing e comunicazione di Reale Mutua**

In questi mesi di forti mutamenti sullo scenario economico-finanziario c'è un dato che balza prepotentemente all'attenzione: il welfare italiano sta cambiando pelle in maniera repentina. E lo fa in una direzione di contenimento dei costi e, di conseguenza, di un minor livello di assistenza per i cittadini.

Questo, ovviamente, genera nuovi bisogni e nuove incertezze tra la popolazione. Necessità a cui le compagnie di assicurazione devono saper rispondere celermente e con efficacia. Pertanto, oltre alla ristrutturazione dei prodotti, è fondamentale aggiornare costantemente le strategie di marketing: sia in fase di segmentazione della clientela sia in fase di predisposizione dell'offerta.

"Le compagnie assicurative - spiega **Gianpiero Zannier**, responsabile marketing e comunicazione di **Reale Mutua** - dovranno essere capaci non solo di rispondere in modo più puntuale alle esigenze previdenziali, offrendo soluzioni sempre più personalizzate, ma anche in grado di sensibilizzare e stimolare il consumatore affinché, per primo, prenda in considerazione soluzioni che proteggano e tutelino il suo futuro".



Gianpiero Zannier

### STRATEGIA: DAL CRM AI MODELLI DI SERVIZIO

Per andare nella direzione sopra indicata, Reale Mutua ha ritenuto di dover puntare forte sulla centralità dei propri soci, sviluppando modelli di comportamento e di servizio personalizzati.

Per mettere in pratica una strategia di questo tipo si è lavorato su tre diversi fronti:

- **la conoscenza dei soci** e quindi la strutturazione di una piattaforma di Crm che permettesse di comprendere meglio il comportamento d'acquisto degli assicurati;
- **l'ascolto**, attraverso una serie di indagini di Customer Satisfaction, di ciò che i clienti pensano della compagnia e dei suoi servizi;
- **la strutturazione di modelli di servizio efficienti** e coerenti con le reali esigenze degli stessi soci. *(continua a p. 2)*

• NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

## Il 50% del patrimonio netto di Bpvi Fondi Sgr passa a Cattolica Immobiliare

**Cattolica Assicurazione** e **Banca Popolare di Vicenza** perfezionano la scissione parziale non proporzionale - asimmetrica - di Bpvi Fondi Sgr a beneficio di Cattolica Immobiliare. L'accordo, in esecuzione delle intese sottoscritte nel 2010, prevede che il 50% del patrimonio netto di Bpvi Fondi Sgr passi a Cattolica Immobiliare, mentre il 100% di Bpvi Fondi Sgr sarà controllato da Banca Popolare di Vicenza. Le due parti fanno sapere che non è prevista l'emissione di nuove azioni a servizio della scissione da parte della beneficiaria, Cattolica Immobiliare, che continuerà pertanto ad essere integralmente controllata Cattolica Assicurazione. Cattolica Immobiliare ha quindi modificato la propria denominazione in Cattolica Gestione Investimenti. L'operazione avrà efficacia a partire dal primo di aprile.



**Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade**



*(continua da p. 1)* “Oggi - dice Zannier - questo ci consente di essere molto più vicini e attenti agli assicurati. Di non ragionare in modo generalista ma di pensare e realizzare soluzioni assicurative ed assistenziali per specifici target o categorie di clienti con comportamenti ed esigenze simili”.

### MARKETING E OFFERTA

Dal lavoro preliminare appena descritto nascono offerte personalizzate, come quella per gli artigiani o quella per i professionisti, ma anche azioni di fidelizzazione dei soci. Specialmente di coloro che hanno un rapporto consolidato e di lunga data con la compagnia e che costituiscono per Reale Mutua un valore prezioso da tutelare.

L'attenzione deve restare alta per far sì che l'offerta, oltre che completa, sia sempre modulabile, trasparente e semplice da comprendere per il cliente.

Dal punto di vista della previdenza, la compagnia sta sviluppando soluzioni che possano permettere all'assicurato di sentirsi più sicuro sia per quel che riguarda la possibilità di costruire una pensione integrativa a quella pubblica, sia per sentirsi più protetto nell'ambito dell'integrità fisica della persona e della tutela del proprio contesto familiare.

“Inoltre - aggiunge Zannier - a conferma dell'attenzione e della cura che Reale Mutua ha per i propri assicurati, anche per il 2012 sono stati deliberati ed erogati i Benefici di Mutualità. Si tratta - prosegue - di provvedimenti definiti nella forma e nella misura dall'assemblea dei delegati su specifiche generazioni di contratti, che consistono nel miglioramento delle prestazioni assicurative previste in origine dalla polizza attraverso la riduzione del premio da corrispondere o la maggiorazione del capitale assicurato nell'annualità successiva. Il principio ispiratore della mutualità, che pone al centro dell'attenzione la tutela degli interessi degli assicurati, spinge la compagnia verso un continuo miglioramento dei servizi offerti, in termini di livello qualitativo delle prestazioni, di affidabilità e qualità del servizio”.

### LE COMPETENZE DA METTERE IN CAMPO

In uno scenario competitivo agguerrito, fatto di compagnie tradizionali e compagnie dirette, con un consumatore costantemente bersagliato da ogni tipo di messaggio e di offerta promozionale, diventa importante per un player cercare di posizionarsi quanto più in modo distintivo nei confronti del pubblico.

“Per far questo - conclude Zannier - le funzioni di marketing devono cambiare anche il loro approccio al mercato: da un approccio classico a un approccio integrato, dove si prendono in considerazione tutti gli aspetti del valore della relazione con il cliente. E ciò è possibile attraverso un'analisi dettagliata delle informazioni a propria disposizione, un ascolto più diretto di quelle che sono le esigenze, una condivisione delle stesse con le strutture tecniche di sede al fine di valutare e trovare le soluzioni più adeguate, una maggiore vicinanza al canale di vendita, vero e proprio trait d'union con gli assicurati. E, ovviamente, cercando di sfruttare tutte le opportunità di contatto e le potenzialità offerte dal mondo web”.

Fabio Forlano



## LLOYD'S BROKER DEDICATO PER I RISCHI PROFESSIONALI:

L'ACCESSO SEMPLICE E VELOCE AL MERCATO DEI LLOYD'S.

NUMERO UNICO  
199.199.6261

AEC MASTER BROKER SRL - LLOYD'S BROKER

**AEC**<sup>®</sup>  
MASTER BROKER



• PRODOTTI

## Risparmiare sulla Rc di scooter e motorini

Una polizza espressamente dedicata ai "cinquantini" che premia chi guida con prudenza. Infatti *Motoplatinum* punta a consentire ai guidatori virtuosi di pagare molto meno. La nuova polizza è stata sviluppata da **24hAssistance** e **Motociclismo**, rivista specializzata del settore, in collaborazione con i principali assicuratori stranieri specializzati nelle "due ruote".

Oltre alla Rc il prodotto può prevedere anche l'assistenza, la tutela legale e l'eventuale infortunio del conducente. In quest'ultimo caso va rilevato, nell'ottica di una logica di prevenzione, che la garanzia non ha nessuna franchigia se l'assicurato indossava il paraschiena al momento dell'incidente. Inoltre, per chi non usa lo scooter tutto l'anno, sono previsti due periodi di sospensione per ogni annualità assicurativa senza nessuna spesa aggiuntiva.

Motoplatinum è già acquistabile online all'indirizzo web [www.24hassistance.com](http://www.24hassistance.com), o per telefono allo 02 20564.440, attualmente i punti vendita in Italia sono solo a Milano e Roma.

Passando ad analizzare nello specifico le tariffe, 24hAssistance propone un confronto tra i prezzi offerti dalle diverse compagnie per profili di guidatori differenti. Come condizioni di base uguali per tutti, oltre al fatto che il mezzo abbia una cilindrata di 50 cc: la guida esclusiva, il fatto che la moto sia il mezzo di trasporto secondario, l'utilizzo per lavoro/scuola/tempo libero e la classe di merito quattordicesima.

Poste queste evenienze, un uomo di 44 anni di Milano con Motoplatinum pagherebbe 284,89 euro con un risparmio che va da un minimo di 75,56 euro (rispetto a Genialloyd) ad un massimo di 840,69 euro (rispetto a Con Te.it). Un genovese di 33 anni, spenderebbe 340,29 euro contro i 517,34 di Genialloyd, fino alla tariffa di Con Te.it con cui lo scarto supera i 1.300 euro.

Per una donna di trent'anni di Firenze la tariffa di Motoplatinum è 362,82 euro, le altre compagnie propongono prezzi da 436,22 (Genialloyd) a 844,51 euro (Linear), solo Genertel e Con Te.it superano i mille euro. Sempre una donna, ma napoletana e ventisettenne arriva a pagare 818,79 euro con Motoplatinum, contro i 990 di Genialloyd e i 1.029,21 di Genertel, tutte le altre compagnie propongono prezzi tra i 1.500 e 2.200 euro.

Infine, ultimo caso quello di un diciannovenne di Roma: per lui il risparmio, rispetto alla tariffa di 684,32 euro proposta da Banca Intesa è di 172,88 euro, che sale fino a 500 o addirittura 2.500 euro nel caso di altre compagnie.

• EVENTI

## Aviva, a Roma la convention dedicata agli agenti

Venerdì e sabato la compagnia e la rete saranno impegnati in una due giorni per fare il punto sui risultati raggiunti e discutere dei piani futuri

Fine settimana intenso per il **Gruppo Aviva** che, a Roma venerdì 16 e sabato 17 marzo, organizza la nuova convention della rete agenziale. L'ultima si era tenuta nel novembre 2010 e, a un anno e mezzo di distanza, l'azienda ha intenzione di fare il punto della situazione con gli intermediari per tirare le somme dei risultati raggiunti, discutere le novità, anche legislative, che stanno coinvolgendo tutto il settore, e per condividere gli obiettivi futuri.

Le due giornate di lavoro si struttureranno attorno agli interventi del management del gruppo e a una tavola rotonda che si svolgerà nella giornata di sabato. Venerdì inaugurerà i lavori il keynote dell'amministratore delegato **Andrea Battista**, seguiranno poi - tra le altre - le presentazioni di **Michele Colio**, retail sales & marketing director e di **Lamberto Di Pietro**, chief operating officer, ai quali si aggiungerà per la tavola rotonda **Pierangelo Colombo**, Presidente del gruppo agenti.

Sarà un'occasione per discutere dei miglioramenti raggiunti e presentare i piani per il prossimo triennio. Ci sarà anche spazio per un momento di celebrazione durante il quale verranno premiate alcune agenzie e agenti.

"Aspetto con viva emozione questo momento - ha sottolineato Colio - che era stato anticipato e promesso ai nostri agenti già al termine della Convention del 2010. La nostra rete è stata protagonista di importanti progressi e cambiamenti e questa due giorni sarà il momento giusto per celebrare i successi ottenuti e guardare allo sviluppo futuro".





• PSICOLOGIA

## Gestire il tempo, vivere meglio

Gestire il proprio tempo non significa “passare il tempo” significa crearlo. Per diventare creatori di tempo basta osservare alcune regole in grado di trasformare i nostri obiettivi quotidiani in realtà.

Comincerei da “vivi giornalmente ma programma settimanalmente”. Questa prima semplice regola ci permette di stabilire ogni Venerdì quali sono gli obiettivi che ci diamo per la settimana successiva e conseguentemente gli appuntamenti o le cose che intendiamo fare giornalmente. Partirei dandovi qualche suggerimento su come impostare le vostre settimane. Per prima cosa spostate il vostro modo di immaginare la settimana di un giorno avanti. Il lunedì quindi per voi sarà già il martedì e quindi la sindrome del primo giorno della settimana non vi spaventerà più. Alla faticosa domanda “come va oggi? “Non potrete più rispondere “da Lunedì, come vuoi che vada”. Seconda cosa da fare: programmate sempre una telefonata ad un amico ed una telefonata ad un nuovo cliente, ogni giorno, prima quella con il nostro amico che vi darà serenità e gioia di vivere e poi quella con il nuovo cliente che vi metterà la giusta adrenalina necessaria per arrivare alla sera.

Questo dal Lunedì al Venerdì.

Il Lunedì vedetelo come una opportunità per fare una cosa di successo, il Venerdì come una opportunità per chiudere bene la settimana. Sabato e Domenica , NON SI LAVORA, MAI! Lavorare il Sabato e la Domenica non è “sano”. Dedicate questi due giorni a tutte le cose che vi piace fare per ricaricarvi e ricominciare dal vostro “Martedì”.

Altro consiglio: il piano settimanale deve essere rigorosamente appuntato su una Agenda con obiettivi della giornata, orari e, cosa fondamentale, a fine serata tracciate una riga rossa su tutte le attività che avevate programmato per la vostra giornata ed avete realizzato o portato a compimento. Ricordatevi che la nostra vita, e quindi anche la vostra settimana , sono un insieme di opportunità ed imprevisti (esattamente come il gioco del Monopoli). Preparatevi quindi ogni sera a cogliere le opportunità del giorno seguente e ad affrontare con determinazione gli imprevisti che vi potrebbero capitare. Ultimo suggerimento: “una cosa alla volta basta ed avanza, rallentate il vostro tempo”. Non fate come gli studenti che mentre studiano guardano la televisione o il manager che, invece di concentrarsi sul contenuto della lettera che sta scrivendo, pensa contemporaneamente a tutte le cose che deve ancora fare in quel giorno o addirittura in quella settimana, cercando di risolverle o eseguirle subito mentalmente. Se riuscirete a gestire il vostro tempo e imparerete a pianificare le vostre giornate vivrete meglio.

*Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto,  
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,  
docente vendite e management*

• COMPAGNIE

## Vittoria Assicurazioni: +37,6% l'utile netto

I premi complessivi superano i 936 milioni e il  
segmento assicurativo cresce del 27,8%

Il gruppo **Vittoria Assicurazioni** chiude il 2011 risultati positivi sia per quanto riguarda l'utile netto che i premi globalmente raccolti. L'utile netto consolidato si attesta a 37,2 milioni di euro, equivalenti ad un aumento del 37,6% e anche il consolidato del capogruppo Vittoria assicurazioni mostra un incremento superiore al 20% a 35,3 milioni di euro. Il segmento assicurativo, al lordo delle imposte e delle elisioni intersettoriali, ammonta a 58,5 milioni di euro, contro i 45,8 milioni registrati a fine 2010, in crescita del 27,8%.

I **premi complessivi** contabilizzati nel 2011 arrivano a 936,1 milioni di euro, con un incremento 14,7%. Nello specifico, quelli del lavoro diretto dei **rami danni** ammontano a 809,9 milioni di euro, con un incremento del 20,1% rispetto all'esercizio precedente; mentre quelli del lavoro diretto dei **rami vita** scendono a 127,3 milioni di euro in calo dell'11,2%. I premi dei **rami auto** crescono del 25,4% a 605,8 milioni di euro; e quelli degli altri rami danni a 204,1 milioni di euro (+6,8%).

Passando ad analizzare il saldo tecnico, il ramo danni registra una crescita del 37,0% (ante trasferimento degli utili tecnici degli investimenti) con un rapporto sinistri a premi del 71,3% (71,5% nel 2010) e un combined ratio del lavoro conservato pari a 97,3% (97,6% nel precedente esercizio). Il ramo vita invece vede una diminuzione del saldo tecnico a 4,5 milioni di euro a causa essenzialmente delle svalutazioni effettuate sui titoli del debito pubblico Greco.

Il settore immobiliare ha apportato al risultato di Gruppo una perdita netta di 2,1 milioni di euro, rispetto all'utile di 2,5 milioni di euro registrato a fine 2010, a seguito del rallentamento del mercato immobiliare.

Gli investimenti ammontano complessivamente a 1.808,9 milioni di euro, in crescita del 7,1%. Infine, il consiglio di amministrazione, esaminando gli obiettivi per l'esercizio 2012, ha stimato un utile di gruppo di 47 milioni di euro.

D.P.