

AEREI

Un balzello sui biglietti per finanziare la cig



... INVESTIMENTI

Tre portafogli a prova di turbolenze estive

... SUPERMERCATI

Conad sbarca negli Usa con 3.500 corner nella catena Sears

... GRANDI MARCHI

Piaggio Aero vola negli Emirati. Pronta l'offerta di Abu Dhabi



IL MONDO.it

SETTIMANALE ECONOMICO DI RCS MEDIAGROUP - Corriere della Sera

RCS n. 29 - 26 luglio 2013 www.ilmondo.it

Tutti i giorni della settimana il Mondo € 3,00 + il prezzo del Corriere della Sera - Austria € 4,00 - Belgio € 3,50 - Canada Cad. 7,00 - Francia € 4,00 - Gran Bretagna £ 4,00 - Monaco Principato € 4,00 - Spagna € 4,00 - Svizzera Chf. 5,50 - Ungheria Huf. 1.500 - U.S.A. \$ 7,00 *Poste Italiane Sped. in A.P. - DL 353/2003 conv. in L. 46/2004 art. 1 c. 1 DCB Milano

PRIVATIZZAZIONI

IL TESORO NASCOSTO DI LETTA

IL GOVERNO VUOLE RIAPRIRE IL DOSSIER CHE VALE ALMENO 80 MILIARDI DI EURO. DA POSTE A FERROVIE, DA RAI A ENI, ENEL E FINMECCANICA. ECCO FAVOREVOLI E CONTRARI ALLA SOLA MOSSA CHE PUÒ COMINCIARE AD ABBATTERE LA MONTAGNA DEL DEBITO PUBBLICO



ALL'INTERNO VIA SARFATTI 25 / IMPRESA TASSE

48 milioni

i premi emessi nel 2008

200 milioni

la stima dei premi emessi nel 2013

33%

il tasso medio di sviluppo negli ultimi cinque anni

Assicurazioni La crescita della compagnia del gruppo Cattolica, tra agenzie e web. Con un futuro più social

La polizza è Tua e te la gestisco io

Tua Assicurazioni è la compagnia danni del gruppo Cattolica nata nel giugno 2003 con l'obiettivo di portare innovazione all'interno del mercato assicurativo. Partita da zero, dopo dieci anni oggi può contare su oltre 450 agenzie su tutto il territorio nazionale e complessivamente su più di mille operatori che attualmente gestiscono, nelle agenzie, i rapporti con oltre 300 mila clienti (vedi box).

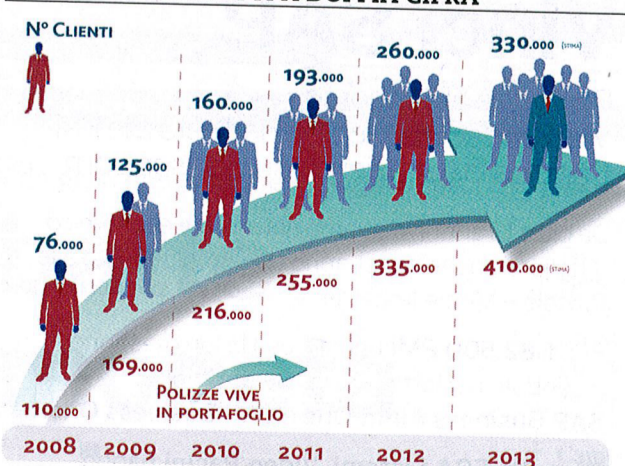
L'amministratore delegato e fondatore **Andrea Sabia**, descrive in questo modo gli inizi di questa avventura: «Ricordo che sin dall'avvio Tua si propose come una compagnia tecnologicamente avanzata, guidata dall'attenzione ai numeri, orientata al servizio e composta da persone competenti e motivate da una chiara visione del futuro. Quando ho accettato l'incarico di pensarla e realizzarla ex novo, siamo partiti da vera start-up in quattro persone, senza agenzie, senza

milioni di euro nel 2012, con la previsione di raggiungere quota 200 milioni di fatturato quest'anno, con tassi di crescita in netta controtendenza rispetto al mercato di riferimento. Lo sviluppo della compagnia negli ultimi cinque anni è stato mediamente superiore al 33%, anno su anno. Tale valore naturalmente va correlato all'eccellente andamento tecnico della società, che ha

la medesima giornata lavorativa. Cose apparentemente semplici, ma che fanno toccare con mano la vicinanza del servizio al cliente». Quali fattori distintivi hanno caratterizzato lo sviluppo dell'iniziativa? «Senz'altro», dice Sabia, «la nuova concezione di fabbrica-prodotti nelle assicurazioni danni è stata un cambio di paradigma. Essere nati online ci ha consentito un eccellente time-to-

market nel lancio di nuove offerte che compongono una gamma innovativa e specialistica, per il mercato italiano, di prodotti danni in grado di rispondere in modo esauriente e puntuale alle diverse esigenze della clientela linea-persona». I contratti di Tua si distinguono, in effetti, per creatività e completezza di garanzie proposte. Alcuni esempi fortemente innovativi sono rappresentati dalle polizze sul fotovoltaico e le energie rinnovabili, dalle polizze per la responsabilità civile dei professionisti e dalla polizza Tua Ti Guida. E per i prossimi

CLIENTI E CONTRATTI A DOPPIA CIFRA



L'incremento messo a segno da Tua Assicurazioni tra il 2008 e il 2013

chiuso il bilancio 2012 con un combined ratio del 91%. Ma come ha retto questa crescita dinamica, mentre altre medio-piccole compagnie in questi ultimi anni sono saltate? «Come primo fattore del nostro sviluppo vedo la focalizzazione sui fondamentali dell'assicurazione danni, aggiungendo che vanno poi evidenziate le due intuizioni fondamentali che stanno facendo la differenza: la specializzazione vera nell'offerta retail e un articolato ricorso a un outsourcing strategico, capace di garantire velocità d'execution e controllo dei costi, senza tralasciare la realizzazione di innovazioni semplici e concrete. Cito due esempi: noi sin dal primo giorno, il venerdì pomeriggio rispondiamo alle agenzie e abbiamo preso l'impegno di richiamarle tutte con una richiesta aperta agli uffici assuntivi, entro

dieci anni, Sabia a che cosa sta pensando? «Il web», risponde, «fin dall'inizio è stato il palcoscenico delle nostre attività: 25 milioni di italiani posseggono una pagina Facebook e utilizzano il mondo digitale per comunicare. Con questi numeri la decisione di avvicinarsi al mondo social, con una strategia e degli obiettivi chiari e definiti, è stata convinta e decisa. Attualmente Tua è su Facebook, LinkedIn e Twitter, misurando i primi concreti ritorni e vuole dimostrare di essere un first mover nell'assicurazione digitale oggi in Italia. Ovviamente il web verrà anche utilizzato, in ottica multicanale, come generatore di contatti utili, da veicolare alle agenzie presenti sul territorio, che rimarranno sempre il nostro canale distributivo privilegiato».

Andrea Giacobino