

IL CONSULENTE È IN STRADA CON LA "TUA" PARTNERSHIP

Parte il "roadshow" della compagnia innovativa di Cattolica. L'a.d. Sabia spiega il progetto.

Promotori finanziari che sentono di non essere valorizzati, analisti tecnici che non si vedono realizzati, agenti e consulenti assicurativi penalizzati.

Il numero di questi soggetti aumenta di giorno in giorno, specialmente in un contesto di mercato oggi ancora difficile ove le grandi strutture (reti e compagnie) continuano a tagliare i costi facendo ricorso a ristrutturazioni, talora spietate, che mettono alla porta anni di professionalità.

In questo scenario trovare chi ha voglia di costruire e proporre un nuovo modello di business è davvero sorprendente: ma per farlo, e prima di tutto per crederci, ci vuole la forza che solo l'entusiasmo può dare.

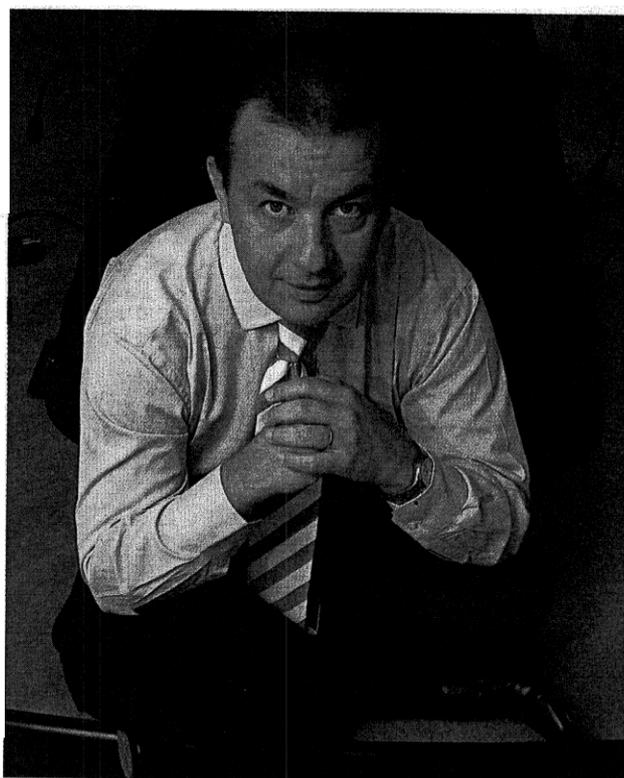
Andrea Sabia (nella foto), neoamministratore delegato di **Tua Assicurazioni**, questa dote di trascinatore ce l'ha; e questa scommessa imprenditoriale la vuole giocare con sé stesso e con il

gruppo che rappresenta (**Cattolica Assicurazioni**). Un nuovo modello di distribuzione di prodotti assicurativo/finanziari verrà presentato dal 15 ottobre in un *road show*

itinerante per 10 città italiane (vedi box), con obiettivi ambiziosi: aprire **200 agenzie**, selezionare ed inserire **540 agenti e promotori-partner entro il 2006**, che dovranno gestire un **portafoglio di 90.000 clienti** con una raccolta danni di **135 milioni di Euro**.

Che cos'è Tua?

Un sogno che ha i piedi per terra, un sogno realistico. E' il primo, vero progetto italiano di retail assicurativo finanziario. Per la prima volta un gruppo solido, come Cattolica, costruisce un modello in grado di coniugare i servizi assicurativi e previdenziali che può fornire un agente evoluto con quelli del risparmio gestito che può fornire un promotore evoluto. Tua risponde contemporaneamente all'esigenza di protezione del risparmio e alla domanda d'investimento.



In che modo il sogno sarà tradotto in realtà?

Apriremo dei negozi sulla strada, dove metteremo tutta la tecnologia disponibile e accessibile all'operatore e al cliente. Tua vuole avere un rapporto stretto proprio con il cliente, essere per lui un presidio fisico e relazionale, rappresentare per lui il "decoder" in una materia, come quella della copertura assicurativa e degli investimenti, dove non si può disintermediare. Vuole un esempio? In Italia un cliente si reca mediamente nella sua banca 8/10 volte all'anno e non più di 1 volta nella sua agenzia assicurativa. La distribuzione assicurativa è obsoleta: spesso la raccolta premi è ancora fatta spendendo a casa un freddo bollettino di conto corrente postale. Siamo davve-

ro alla preistoria in termini di "customer care".

E come si esce dalla preistoria?

Tua è innovazione a tutto campo. Il promotore che scappa dal soffocante modello piramidale può trovare un'ipotesi di soluzione per il goodwill di sé stesso quando firma con noi un contratto di affiliazione commerciale; chi invece fugge dai triti modelli agenziali/finanziari può trovare un progetto per diventare eventualmente anche socio di capitale, lavorando fianco a fianco con un tecnico. Tutti e due questi operatori instaurano con Tua un rapporto di "partnership".

Quale è il profilo dell'agente Tua?

Cerchiamo gente con attitudine imprenditoriale e organizzativa, con disponibilità all'azione. Persone che sia-

PER CATTOLICA SEMESTRALE OK

Nel primo semestre di quest'anno Cattolica Assicurazioni ha riportato un utile netto consolidato di 47 milioni di Euro, in crescita del 42,42% rispetto alla prima metà del 2002. Positiva la crescita della raccolta premi a 2,21 miliardi (+29,94%).

Intanto Cassa di Risparmio di Rimini distribuirà i prodotti vita e danni Cattolica.

no. Bisogna fare dei Fip nuovi, più compatibili con i bisogni dei sottoscrittori. E più confrontabili. Si sente il bisogno di una moralità intrinseca degli operatori».

Le compagnie invece insistono perché anche i prodotti assicurativi possano godere degli stessi vantaggi, ad esempio poter utilizzare i contributi del Tfr previsti per i fondi contrattuali e aperti. E sollecitano una modifica normativa che consenta ai fondi contrattuali di impiegare le proprie risorse in prodotti assicurativi di tipo tradizionale.

di Katia Ferri
katiaferri@hotmail.com

PERFORMANCE VITA: TASSO GIÙ AL 4,5%

L'Isvap ha ridotto al 4,5% il tasso d'interesse con il quale le assicurazioni potranno presentare ai clienti le proiezioni sulle performance delle polizze vita rivalutabili. Lo ha deciso l'Istituto di vigilanza con una circolare che modifica le precedenti disposizioni.

Fino ad oggi le compagnie, simulando l'andamento futuro dei loro prodotti nelle note informative consegnate ai clienti, potevano utilizzare due tassi di rendimento, il 6 e il 7,5%. L'attuale scenario, caratterizzato da una riduzione dei tassi di rendimento e da una maggiore stabilità, suggerisce la proiezione al contraente di una proiezione da effettuarsi sulla base del tasso del 4,5%. Le note informative dovranno tenere conto dell'aliquota di retrocessione ricom-

Poste Italiane debuttano nel ramo danni con la nuova compagnia Poste Assicura che lancia 2 nuovi prodotti, le polizze Capofamiglia e Casa.

Unipol ha acquistato da Credit Suisse le compagnie italiane Winterthur Assicurazioni e Winterthur Vita, varando un aumento di capitale (garantito da Mediobanca) di circa 1.050 milioni di Euro ed emettendo un prestito obbligazionario subordinato da 300 milioni. Con questa acquisizione Unipol rafforza la propria posizione competitiva, passando al quarto posto nella graduatoria dei maggiori gruppi assicurativi, con una raccolta premi di 8 miliardi e oltre 6 milioni di clienti. Nel triennio 2003-06 il gruppo punta a premi superiori ai 10 miliardi e ad un Roe dell'11,5%. Unipol, infine, ha venduto il 51% di Noricum Vita a Sanpaolo IMI per 40,3 milioni.

Promesse di risultati concreti sul tema Rc auto e forte impegno per una cooperazione sui tavoli "caldi" dalle garanzie auto alla sanità alla vita alle coperture catastrofi e terrorismo, da parte del presidente Fabio Cerchiai all'assemblea annuale dell'Ania, associazione che raggruppa le imprese di assicurazione alla presenza del ministro delle attività produttive Antonio Marzano e del presidente dell'Isvap, Giancarlo Giannini. Per l'anno in corso gli aumenti medi dei premi auto saranno decisamente più bassi rispetto al 2002 (che aveva segnato un rialzo del 6,2%).

Nel 2002 i brokers di assicurazioni hanno gestito in Italia premi per oltre 9.900 milioni di Euro nei rami danni, dove si concentra la loro attività e dove detengono una quota di mercato del 30,5% (26,8% nel 2001). Il presidente dell'Alia Francesco Paparella conferma la quota di mercato totale dei brokers in tutti i rami assicurativi al 13,8% (+20% negli ultimi due anni).

Nuovi ingressi al vertice di Novara Vita: nel Cda entrano Fausto Marchionni, Marco Mezzolani e Stefano Carliano (rispettivamente a.d., responsabile vita e responsabile finanza di Fonsai) e Franco Cavallero (Popolare Novara spa). Mezzolani assume la carica di direttore generale. Giuseppe Prete quella di condirettore generale.

William Malloy è il nuovo numero uno europeo

Cattolica Assicurazioni ha presentato il modello dei nuovi punti vendita della nuova controllata **Tua Assicurazioni**, alla presenza del direttore generale

Ezio Paolo Reggia e del presidente della nuova società, Aurelio Candian, affiancato dall'a.d. Andrea Sabia (nella foto). Nell'arco di tre anni verranno aperte 200 agenzie, le prime cinque già nel prossimo autunno. Venderanno polizze Rc nei rami auto e danni alla persona, ma potranno collocare anche altri prodotti finanziari provenienti da altre unità del gruppo.



I costi della struttura saranno notevolmente più bassi, con riflesso sui prodotti. Alla fine del 2006, prevede Sabia, si potrà contare su un parco di 88.000 clienti, 940 agenti, 560 collaboratori e un portafoglio di 135 milioni di Euro. Consulente di Cattolica è stata Solving International.

Il rinnovo dei vertici Isvap avverrà alla naturale scadenza. Il sottosegretario alle attività produttive Mario Valducci ha smentito un rinnovo anticipato del consiglio di amministrazione.

Alleanza Assicurazioni (gruppo Generali) guidata da Sandro Salvati ha approvato le modalità di realizzazione della concentrazione delle attività di bancassurance. È stato ratificato un accordo concluso con Mediobanca per l'ingresso di quest'ultima nel capitale sociale di Finagen, attività nella concessione di finanziamenti a privati e aziende e nel leasing. Intanto Marco Casu assume la carica di direttore generale per l'area assicurativa, in sostituzione di Roberto Pennisi. Il nuovo direttore generale per l'area finanza e servizi è Alberto Maria Maturi, attuale responsabile delle strutture di pianificazione, controllo e investor relation e presidente della sgr Fondi Alleanza: sostituisce Franco Vezzoli, andato a presiedere la controllata Ggs (Gruppo Generali Servizi).

Fabrizio Rindi è l'11° presidente, il primo italiano e non elvetico, nella storia della Camera di Commercio Svizzera in Italia. Neocavaliere del la-



Per info:
Stefano Pizzi
a.d. OPI
P.zza Affari
21
Tel. 02/89010
e-mail: assocoms
www.aa

Stefano M. Mas
ISFOA - Istituto
Organizzazione
vata Università I

no leader, capaci di fare sia "coaching" sia business. Per questo investiremo massicciamente in formazione con Tua Scuola che arriverà a far certificare da ente terzo la qualità del nostro consulente. La formazione passerà anche attraverso il progetto di "community management". Un portale da un lato accessibile al cliente; che, potendo lì vedere, fra l'altro, lo stato di avanzamento della liquidazione del suo sinistro non si sentirà più trattato solo come un numero di polizza. Dall'altro, tramite funzione Intranet, il portale permetterà al nostro consulente di porre quesiti al servizio centrale per rispondere così al cliente il più velocemente possibile, anche in videoconferenza.

Sono un promotore o un agente e la "Tua" Idea mi piace. Cosa devo fare e cosa mi costa?

L'affitto per sempre, l'allestimento chiavi in mano del punto-vendita, compreso l'arredamento, la tecnologia e la cablatura, fino all'inaugurazione; cioè tutti i costi fissi sono a carico di Tua. Il nostro "pacchetto di benvenuto" consiste anche in quindici giorni di formazione iniziale, al termine dei quali sarà consegnato un manuale operativo. A fronte di questo impegno la società o il soggetto interessato devono fornire un contributo spese "una tantum" di 15.000 Euro, che rappresenta solo il 20% dell'investimento iniziale, formazione compresa, che Tua sostiene e che potranno essere anche legati agli obiettivi di "business plan" e quindi anticipati da Tua.

E poi?

Poi comincia il loro mestiere di imprenditore assicurativo e finanziario, per sviluppare la vendita e la consulenza. Chi firma con noi il mandato di agenzia, sottoscrive anche un accordo di affiliazione commerciale firma infatti anche un "business plan" personalizzato a tre anni. Ai nostri consulenti forniremo tutto l'appoggio possibile, anzitutto in termini di prodotti assicurativi/previdenziali facilmente personalizzabili (addirittura "stagionali") sul-

le esigenze del cliente. Poi il negozio Tua, che deve diventare un punto d'incontro, avrà, nella sua architettura e "lay-out" simili ovunque in Italia, un'area più riservata alla gestione del risparmio, ove saranno disponibili i prodotti del gruppo Cattolica e prodotti di terzi. L'assistenza ai nostri consulenti

soltanto per leggere i report e collegarsi a Reuters. Non hanno, così, mai creato nuovo traffico di clientela sul punto vendita. I negozi, perciò, sono stati iniziative di immagine, utili più che altro per massicce campagne di reclutamento. Tua è tutt'altro: è un modello a pettine e non piramidale, a forte

Si cercano 540 agenti e pf per gestire 90.000 clienti. Attraverso la formula-negozio.

ti prevede anche di penetrare più velocemente il potenziale mercato locale rendendo nota in tempo reale l'apertura, in zona, di nuove partite Iva: perché dove nasce un'impresa, lì dev'essere Tua.

Ma in cosa vi differenzierete dai negozi finanziari che molte reti e compagnie hanno cavalcato negli anni Novanta?

I negozi finanziari erano gusci vuoti dove i promotori finanziari si ritrovavano

contenuto meritocratico. Chi riesce sarà infatti messo nella condizione di poter "gemmare" nuovi punti vendita Tua. Siamo la prima compagnia "senza carta", che mette al centro il cliente. Ecco perché noi non "reclutiamo", ma "selezioniamo" persone in grado di gestire sia il risparmio sia il risparmio dei clienti, delle loro famiglie, delle piccole aziende.

di Maria Cristina Balma



ROAD SHOW

DATA	CITTA'
Mercoledì 15/10	Milano
Giovedì 16/10	Bologna
Mercoledì 22/10	Verona
Giovedì 23/10	Venezia
Mercoledì 29/10	Torino
Giovedì 30/10	Genova
Mercoledì 19/11	Ancona
Giovedì 20/11	Stresa
Mercoledì 26/11	Firenze
Giovedì 27/11	Roma

Per informazioni ed iscrizioni:



www.tuaassicurazioni.it