

Come crescere in tempo di crisi

LE STRATEGIE E L'OFFERTA DI UCA ASSICURAZIONE, CHE MOSTRA TASSI DI CRESCITA SUPERIORI ALLA MEDIA DEL SETTORE, GRAZIE ANCHE A UN'ATTENTA POLITICA DI SOSTEGNO ALLE RETI SUL TERRITORIO. PARLA IL PRESIDENTE LUIGI GILARDI

Prodotti completi, supporto alla reti, tecnologia e indipendenza dai gruppi assicurativi. Sono questi gli ingredienti del successo di Uca Assicurazione, che chiuderà il 2008 con una crescita intorno al 19%, al di sopra della media di mercato. Un dato che porta la raccolta oltre i 12 milioni di euro, quasi il doppio rispetto a cinque anni fa, e sembra sfidare i venti di crisi che si sono abbattuti sui bilanci delle maggiori società italiane. Ad alimentare la crescita è anche l'impennata dei punti vendita registrata nell'ultimo anno, dopo l'abolizione dell'esclusiva. "Non ci aspettavamo un tale incremento, sottolinea Luigi

Gilardi, presidente di Uca Assicurazione: solo negli ultimi sei mesi abbiamo aperto oltre 250 punti vendita, tra agenzie e broker. Anche i marchi più refrattari al plurimandato hanno recepito l'importanza di prodotti specialistici offerti da una compagnia indipendente. Oggi ci appoggiamo a una rete di circa 890 unità, di cui 700 agenzie e circa 200 società di brokerraggio. Nel 2009 ci aspettiamo un ulteriore sviluppo della forza vendita e un consolidamento dei fatturati delle agenzie più grosse e strutturate". L'offerta Uca spazia su tutti i principali target di clientela, ma la compagnia punta oggi su segmenti ancora sotto-

dimensionati nel ramo Tutela legale, come le Pmi, i professionisti e gli operatori immobiliari. "Ciò non significa che sia venuto meno l'interesse per l'Auto, precisa Gilardi, che presenta sempre buoni margini e una relativa facilità di acquisizione da parte dell'intermediario. Il prodotto abbinato all'Auto resta il primo step verso un rapporto più solido con il cliente. Stiamo lavorando anche sulle perdite pecuniarie e sul mercato immobiliare, nel quale siamo partiti un anno fa con un'agenzia pilota per poi estendere l'offerta a tutta la rete. I risultati sono stati al di sopra delle aspettative e questo ci ha spinto a continuare, magari intercettando in futuro altri canali, come le banche. Va da sé che il prodotto Auto resta preponderante: su 45.000 nuove polizze sottoscritte ad ottobre, circa il 30% è riconducibile a questo settore. Ma sono passati i tempi in cui l'Auto copriva fino all'80% della raccolta".

IL NUOVO SISTEMA IN PARTNERSHIP CON RGI

In partnership con Rgi, Uca ha rimesso a nuovo il sistema informatico supportando e semplificando l'operatività dei punti vendita. "Uscivamo da una brutta esperienza con un progetto incompiuto e dall'aprile 2008 abbiamo cominciato a mettere online l'intera rete aziendale, spiega Gilardi. Per questo abbiamo scelto la piattaforma Pass Compagnia di Rgi, integrata con Pass Prodotti per la tariffazione. E' un tipico gestionale di agenzia, collegato con la direzione, che permette una gestione e tutto tondo del ciclo assicurativo. L'agente accede alla piattaforma e svolge tutte le funzioni direttamente a sistema: preventivazione, incasso, stampa, contabilizzazione della polizza, database preventivi, abbinamento massivo al quietanzamento sulle polizze e denuncia dei sinistri, che può essere fatta direttamente sul portale dedicato. E' una soluzione ideale per l'operatore di agenzia, di facile utilizzo per non scoraggiare la proposizione di nuove polizze. Non ha mai dato problemi di connessione e consentirà un risparmio dei costi del mandato. I dati risiedono sul server di direzione e l'attività è concessa in outsourcing a una società partner di Rgi. La scelta di esternalizzare è coerente con le nostre dimensioni: meglio affidarsi ad una società specializzata, in grado di offrire il meglio sul mercato a costi ridotti. Un investimento interno sarebbe stato molto più oneroso, a parità di standard qualitativi".

Indipendenza e soluzioni mirate

Alle Pmi Uca offre una copertura a tutto tondo con formula all risk, che stando ai risultati sembra aver fatto breccia in un segmento tradizionalmente poco avvezzo all'assicurazione. "Nell'ultimo anno abbiamo messo a segno una raccolta più che soddisfacente e i dati tecnici sono positivi, conferma Gilardi. Il pacchetto è ricco di garanzie e comprende la materia contrattuale attiva e passiva, tutti gli illeciti amministrativi, indipendentemente dalla loro tipizzazione per normative di riferimento, così che non è necessario far aggiornare la po-

LA COPERTURA PER I PROFESSIONISTI

TutelUnica Professioni di Uca Assicurazione offre un'ampia copertura contro i rischi legati all'attività professionale. Punto di forza del prodotto è la materia contrattuale e in particolare la copertura delle vertenze in materia di marchio e brevetto, nonché la Difesa in sede civile per resistere a pretese di terzi, che consente di nominare l'avvocato e il perito di fiducia scegliendolo in ambito regionale (distretto di Corte d'appello), e senza possibilità di conflitto di interessi di chiamare in causa la compagnia di RC eventualmente in caso di inerzia, oltre alla copertura retroattiva fino a 24 mesi per le imputazioni penali e illeciti amministrativi, con massimale in garanzia base illimitato per anno e di 12.000 euro per vertenza e, infine, arbitrato e azione legale con qualsiasi compagnia assicurativa.

lizza se subentrano nuove previsioni di legge. Esso include l'intera attività aziendale in Italia, mentre per l'Europa è prevista un'estensione, per non gravare sull'entità del premio. Con massimali da 20mila a 100mila euro per vertenza, offriamo premi del tutto in linea con il mercato. Considerando ad esempio un massimale di 20mila euro per un'azienda di 15 addetti, non si va oltre i 750 euro. La garanzia copre l'impresa, i titolari, gli eventuali familiari, i dipendenti e i rappresentanti, filiali incluse. Il prodotto è operativo anche in caso di controversie con altre compagnie assicurative: un plus che possiamo permetterci grazie alla nostra totale indipendenza da qualunque gruppo assicurativo". Un'autonomia premiata dal mercato e dagli stessi intermediari, secondo Gilardi. "Non abbiamo mai cambiato strategie, questo ha destato l'interesse di molte agenzie, che hanno apprezzato la competenza e la snellezza nella gestione delle problematiche. Va detto che alle reti abbiamo riconosciuto sempre remunerazioni al di sopra della media, ma anche un'assistenza sul territorio che ha agevolato molti punti vendita. L'ispettore commerciale è sempre presente, mentre garantiamo corsi di formazione e aggiornamento e un costante affiancamento presso la struttura di vendita. Ad aprile inoltre entrerà a pieno regime un nuovo sistema informatico a supporto delle reti, che migliorerà l'efficienza operativa in

agenzia, sarà di stimolo all'acquisizione di nuovi mandati e a una maggiore produttività". Quanto ha inciso il Risarcimento diretto sul business della compagnia?

Luigi Gilardi, presidente di Uca Assicurazione

Com'è cambiato il rapporto con il cliente? "A livello economico la situazione è rimasta pressoché immutata, risponde Gilardi, ma il bilancio è favorevole. E' stato un ottimo driver di sviluppo, perché la nostra indipendenza ha agevolato l'incontro con le agenzie. Gli intermediari temevano un aggravio dei costi, che in parte c'è stato, e hanno valorizzato polizze di servizio come le nostre. Infatti laddove nascono delle controversie e l'agenzia non fosse in grado di fornire adeguata assistenza, il cliente può usufruire di un servizio specializzato. Non dimentichiamo poi che l'indennizzo diretto non si applica a tutti i sinistri".

R.C.

