



UCA Assicurazione Spa alla Tavola Rotonda ASSICURA del 12/07/2011 “La tutela legale al servizio delle esigenze di sicurezza di cittadini e imprese - Un confronto sul valore della tutela legale”

Nel corso della Tavola Rotonda organizzata da Assicura, la dr.ssa Adelaide Gilardi, A.D. di Uca Assicurazione SpA, ha evidenziato l'importanza di affrontare le sfide del mercato con prodotti complementari alla Responsabilità Civile “ Solo una Compagnia indipendente difende gli interessi dell'Assicurato e garantisce l'attivazione delle coperture RC di cui è necessario complemento”. Vincente il ruolo strategico degli Intermediari nella sensibilizzazione e offerta alla clientela “E i risultati sono premianti per tutti”

COMPLEMENTARIETA' DEL RAMO TUTELA LEGALE

indispensabile per il diritto alla giustizia. Questa è la strada che le compagnie specializzate hanno scelto di percorrere, attraverso gli Intermediari e verso il cliente. “Penso che l'aggettivo complementare sia corretto”, conferma Adelaide Gilardi, amministratore delegato di Uca Assicurazione, “se si pensa al ruolo delle nostre coperture in relazione non solo all'auto, bensì a quelle professionali, D&O, famiglia, comparti pubblici, ecc., dove la polizza di tutela legale interviene a difesa degli interessi dell'assicurato per garantire l'operatività e l'attivazione delle coperture di cui è quindi necessario complemento”.

LA CENTRALITÀ DEGLI INTERMEDIARI

Prosegue la dr.ssa Gilardi: “Ruolo fondamentale per i risultati della compagnia è ricoperto dagli Intermediari, soggetti sempre più consapevoli dell'importanza della copertura di tutela legale, della completezza della nostra offerta con polizze chiare, prive di clausole di valutazione nel merito del sinistro o opportunità o convenienza della lite”.

FORMAZIONE E INIZIATIVE DI MARKETING CONDIVISE CON LA RETE AZIENDALE

Oltre ad essere un soggetto chiamato ad elevare le proprie attitudini imprenditoriali, anche in considerazione dell'alta redditività del ramo - come sottolinea la dr.ssa Gilardi - “l'intermediario Uca viene supportato per sensibilizzare il cliente e individuare nuovi ambiti di sottoscrizione della polizza. Con la rete di vendita Uca condivide non solo le attività di formazione ma anche le iniziative di marketing. La strategia di singole iniziative viene studiata one to one, con due differenti processi: individuale, attraverso le specifiche richieste delle strutture agenziali che in sede di planning budget annuale condividono con la nostra rete commerciale specifiche personalizzazioni; direzionale, supportando fattivamente le richieste di direct marketing agenziale con motivazioni commerciali, iniziative mirate e campagne promozionali”.

ESIGENZE DEL MERCATO e STRATEGIE DI VENDITA

Capacità di innovazione, prodotti standardizzati e possibilità di personalizzazione sono i requisiti fondamentali per rendersi competitivi. “Il mercato vede come necessarie sia la proposizione di prodotti standardizzati sia la capacità di personalizzazione” A tal proposito prosegue la dr.ssa Gilardi: “Servono infatti coperture standardizzate e tailor made, laddove ci siano effettive esigenze di personalizzazione del prodotto, che nasce di per sé completo, e quindi facilmente può essere “tagliato su misura”. “Uca condivide inoltre con la rete il reale contenuto dei prodotti confrontandosi sulle nuove idee per studiare garanzie vincenti. Questa strategia, unita alla nostra esperienza maturata nel tempo, ci consente di proporre al mercato prodotti innovativi, come Tutela Donna, Tutela D&O e TutelAffitto, premiati del 2010 nell'ambito della rassegna “MF Insurance award”

CONSIDERAZIONI FINALI

I risultati sono evidenti: “Nel 2010, Uca ha raccolto premi esclusivamente di lavoro diretto per un totale di 18 milioni di euro chiudendo in attivo il bilancio con un incremento del 18,81% rispetto a quello dell'esercizio precedente. Questi risultati ci ricompensano degli sforzi profusi e ci fanno ben sperare per il futuro, visto l'analogo e migliore trend riscontrato nel primo semestre 2011, soprattutto se si confronta il risultato con quello pubblicato dall'ufficio statistiche Isvap relativo all'esercizio 2010, che su scala nazionale attesta per il ramo tutela legale una crescita del 2,20% al 31/12 e del 3,28% nel primo trimestre 2011”.

Risultati più che soddisfacenti non possono far trascurare fattori che limitano ancora lo sviluppo della Tutela Legale, come evidenzia la dr.ssa Gilardi “..elementi variabili come l'eterogeneità del livello di preparazione, competenza e interesse degli intermediari verso il ramo, nonché le continue innovazioni di carattere normativo, non sempre in linea con la necessaria razionalizzazione e riduzione dei tempi della giustizia”.



D.ssa
Adelaide Gilardi

A.D. Uca Assicurazione S.p.A.

UCA ASSICURAZIONE SPESE LEGALI E PERITALI S.p.A.

Sede e Direzione Generale in Torino - Via San Francesco da Paola n° 22 - Tel. 011.5627373 - Fax 011.5621563
uca@uca-assicurazione.com - www.uca-assicurazione.com - Cod. fisc. e P. IVA 00903640019 - Capitale Sociale € 6.000.000 i.v.
Società Autorizzata all'esercizio nel ramo Tutela Legale con Prov. Min. del 18/3/1935 ricogn. Con D.M. n° 15870 del 26/11/1984, e
nel ramo Perdite Pecuniarie con D.M. 19867 del 8/9/1994. Uff. Reg. Imprese To n° 38/33
Iscr. Sez. I Albo Imprese ISVAP N° 1.00024 del 03/01/2008