



STRATEGIE DI CRESCITA SUL MERCATO

Un broker che sceglie di diventare agente. Una compagnia che punta a crescere nella tutela legale. E un intermediario specializzato, che allarga il suo raggio di azione. Ecco tre strade diverse per competere.

Le liberalizzazioni hanno forse accresciuto la concorrenza, certo hanno obbligato le società di brokeraggio a ripensare il loro modo di stare sul mercato. Quali sono state le strategie adottate per essere competitivi? Le aziende di cui parliamo in queste pagine hanno puntato su innovazione dei prodotti, formazione del personale, ricerca di nicchie di mercato sempre più segmentate, un nuovo rapporto con gli intermediari alla luce delle nuove normative. Ecco come

AEC Adesso che l'Isvap ha tolto il divieto di collaborazione tra broker, vorrebbe tornare

DUE SOCIETÀ

Il gruppo Aec è composto da due società: la capogruppo Aec Underwriting, che ha come presidente Paolo Buttarelli (al centro) e Fabrizio Callarà (a sinistra) come amministratore delegato, e Aec Master Broker, controllata guidata da Cesare Sacerdote (a destra).

indietro? «Assolutamente no. Sono sicuro che quella fatta nel 2007 sia stata l'unica scelta possibile, e rimane certamente quella migliore anche oggi», risponde deciso **Fabrizio Callarà**. Tra i fondatori nel 2001 di Aec Broker, società grossista specializzata nella responsabilità professionale, civile e amministrativa, partner degli intermediari per il collocamento dei rischi sul mercato dei Lloyd's, Callarà si è trovato, come broker grossista, spiazzato dalle direttive dell'istituto di vigilanza che appunto sembravano proibire la collaborazione tra broker. Da un giorno all'altro, insomma, si è trovato nell'incertezza di portare avanti il suo core business. Così ha trasformato la società in Aec underwriting Agenzia di assicurazione e riassicurazione spa, specializzata nel campo della Rc professionale, che in quanto agenzia può collaborare con tutti gli intermediari, in linea con le normative vigenti. «Sono convinto che è stata una scelta vincente, anche perché se leggiamo con attenzione ciò



che dice l'istituto di vigilanza, scopriamo che il broker grossista rappresenta per l'Isvap l'eccezione», sostiene Callarà. «Inoltre come coverholder ci sentiamo più a nostro agio come agenzia, che può fornire al broker la liberatoria all'incasso. A mio parere, nel quadro normativo attuale il broker grossista è svantaggiato rispetto ad un'agenzia di sottoscrizione».

Adesso, il gruppo Aec è composto da due società. La capogruppo è Aec Underwriting, che ha come presidente **Paolo Buttarelli** e vede Callarà come amministratore delegato; da febbraio è stata autorizzata all'esercizio dell'attività di intermediazione assicurativa e riassicurativa, oltre che in Italia, anche nei Paesi dello spazio economico europeo (See) in regime di libertà di prestazione di servizi. E poi c'è la controllata Aec Master Broker srl unipersonale guidata da **Cesare Sacerdote**, che si occupa di progettazione di programmi assicurativi per professionisti e opera sul mercato prevalentemente tramite convenzioni stipulate con associazioni e sindacati del mondo dell'engineering e degli enti pubblici e dei consigli nazionali di professionisti.

«Possiamo essere decisamente soddisfatti del risultato raggiunto», dice Callarà, «che in poche settimane si sta traducendo in nuove collaborazioni con broker (+15%) e con collaboratori degli intermediari iscritti nella sezione A del registro unico degli intermediari (+60%)». Soddisfatto anche dei risultati economici? «Direi di sì», risponde Callarà. «Gli investimenti effettuati per il miglioramento dell'organizzazione, per la messa a punto di nuovi e più sofisticati supporti a favore degli intermediari oltre che per la loro formazione professionale, e la ristrutturazione societaria hanno dato i loro

UN RAMO IN FORTE CRESCITA

La tutela legale rappresenta solo lo 0,6% del ramo danni, ma ha avuto uno sviluppo costantemente al di sopra di quello del mercato assicurativo italiano. Nel 2006 ha raccolto premi per 253,421 milioni, con un incremento dell'11% rispetto al 2005, e i dati semestrali di quest'anno segnalano un ulteriore +12%.

Dal 2000, quando i premi totali erano 126 milioni, il comparto è cresciuto con un tasso medio annuo composto del 12,3%, contro il 5% del ramo danni. La concentrazione è abbastanza alta, con i primi tre gruppi assicurativi che coprono oltre l'80% del mercato, ma il livello di concorrenza è abbastanza alto, soprattutto per la presenza di compa-

gnie specializzate che hanno una politica commerciale piuttosto aggressiva. Le previsioni parlano di una ulteriore espansione del comparto, considerando da una parte la sottoassicurazione delle aziende italiane e dall'altra le dinamiche che si sono sviluppate negli altri mercati europei. Secondo statistiche di due anni fa, in Francia la raccolta premi tutela legale era di 580 milioni, in Inghilterra di 322 milioni, in Germania di 300, in Austria di 344.

UCA «Se il 2008 fosse tutto come i primi due mesi dell'anno sarei felicissima: abbiamo ottenuto il 23% di incremento di raccolta premi, e abbiamo acquisito oltre 60 nuovi mandati», sostiene Adelaide Gilardi, amministratore delegato di Uca Assicurazione. La compagnia specializzata nella tutela legale, che opera con circa 800 tra agenti e broker, secondo i dati di bilancio ha chiuso il 2007 con un fatturato intorno ai 11 milioni, con



INCREMENTO A DUE CIFRE
Nei primi due mesi del 2008, Uca Assicurazione (sotto, l'amministratore delegato Adelaide Gilardi) ha ottenuto un +23% di raccolta e ha acquisito 60 nuovi mandati.



di conflitti di interesse, anche nel caso in cui sia privo di copertura di responsabilità civile professionale, e soprattutto non prevedendo nelle sue polizze la «clausola di valutazione nel merito», il sinistro viene assunto in garanzia indipendentemente da giudizi discre-

zionali di opportunità e convenienza per la compagnia. Inoltre, in tema di risarcimento diretto Uca interviene in qualsiasi caso di contestazione e inadempimento della garante per la Rca, e quindi molto prima dell'inizio della fase giudiziale.

«E ancora: grazie alla sinergia tra le ga-

RVA: BROKERAGGIO E CONSULENZA

Fondato 50 anni fa da **Alessandro Rasini** e **Giorgio Viganò** (oggi azionista unico), il gruppo Rva è uno dei maggiori protagonisti del mercato del brokeraggio assicurativo italiano. Nel corso del tempo, Rva ha cambiato la sua mission, passando da intermediario di polizze a consulente del rischio. Che cosa significa questo cambiamento? Lo abbiamo chiesto a **Luca Franzì**, consigliere delegato di Rva.

Domanda. Come si è chiuso il 2007 per Rva?

Risposta. Stiamo redigendo il bilancio, non ho dati precisi. Comunque, possiamo dire che nonostante il mercato soft, siamo riusciti ancora a crescere. E per quest'anno ci si attendono i primi segnali di un cambiamento verso un mercato meno soft.

D. Quali sono le caratteristiche principali di questo mercato?

R. Sono tante, ma io vorrei sottolinearne una: le imprese hanno difficoltà a trovare coperture soddisfacenti per i rischi di

punta, come quelli legati al terrorismo o alle catastrofi naturali. Le compagnie non sembrano interessate a rispondere alle nuove esigenze delle aziende, i cui rischi cambiano costantemente in funzione dei processi produttivi e dei contesti di riferimento. E poi la concentrazione e la fusione delle assicurazioni ha diminuito la concorrenza. In termini generali, infatti, il numero delle compagnie italiane si è fortemente ridotto. E i grandi player oggi sono principalmente multinazionali.

D. Il vostro baricentro è il brokeraggio o la consulenza?

R. L'intermediazione resta il core business, ma la vediamo all'interno di un processo di consulenza globale. L'approccio integrato di Rva consiste in un'offerta modulare di servizi, dal brokeraggio di tipo tradizionale alla consulenza pura fino ad



RUOLO PIÙ AMPIO

Luca Franzì, consigliere delegato di Rva, dice: «L'intermediazione resta il nostro core business, ma la vediamo all'interno di un processo di consulenza globale».

una combinazione delle due attività declinata sugli obiettivi strategici del cliente. In questo modo assistiamo i manager nella valutazione e nel governo di tutti i rischi aziendali, siano essi derivanti da fattori interni o esterni all'azienda, favorendo l'ottimizzazione di tutti i costi connessi al rischio, inclusi quelli assicurativi. Non ci si limita, quindi, alla ricerca delle compagnie di assicurazione più idonee sotto il profilo dei costi benefici o all'assistenza continua di tutte le esigenze, non ultima quella riferita alla gestione dei sinistri, ma si offre un supporto strategico per la definizione di veri e propri programmi di risk management.

ranzie tutela legale e perdite pecuniarie siamo in grado di offrire una gamma di polizze di servizio complete: abbiamo studiato una varia tipologia di indennizzi forfettari come quelli in favore del proprietario che ha un inquilino moroso da qualche mese, o ancora a favore del condominio per il mancato pagamento delle spese condominiali», continua Gilardi. «Comunque, ritengo che la chiave del successo stia anche nella centralità del rapporto con tutti, dipendenti, collaboratori e assicurati soprattutto in un campo, come quello della tutela legale, dove la qualità della primaria funzione servizio e della specializzazione fanno la differenza».

ASSIPROFESSIONISTI STEFFANO È soddisfatto Attilio Steffano, terza generazione di una famiglia di assicuratori che ha iniziato l'attività nel 1928, responsabile di Steffano Group, azienda di brokeraggio che ha come core business la Rc malpractice sanitaria.

Ha appena terminato una serie di incontri in tutta Italia per presentare un nuovo brand del gruppo: Assiprofessionisti, accolto con grande favore dagli intermediari che hanno partecipato al road show. Adesso, dunque, il gruppo è suddiviso in tre brand: Assimedici dedicata al settore sanitario; Assipmi per le aziende; Assiprofessionisti con soluzioni di responsabi-



lità per le categorie professionali che non fanno parte del settore medico. Assimedici ha raccolto oltre 33 mila polizze e contribuisce per l'80% al fatturato del gruppo. Ma anche il ramo delle imprese più piccole sta crescendo a ritmi sostenuti.

Perché il gruppo Steffano è sceso in campo nella Rc professionale? «Si tratta di una scelta determinata dall'esigenza del mercato», risponde Steffano. «Da una parte, le compagnie vedono nella Rc professionale un rischio non gradito, perché non è semplice, non garantisce automaticamente grandi volumi, e va calibrata sulle specificità delle singole categorie professionali. Insomma, si tratta di coperture che non possono essere completamente standardizzate, come può essere una Rc auto.

Dall'altra, gli intermediari considerano le polizze professionali onerose almeno in termini di tempo. La quotazione per il singolo rischio non si fa in pochi minuti, occorrono diversi incontri con il cliente per individuare la proposta adeguata, il contratto viene firmato dopo un lungo periodo. Tutto questo a lungo andare si ripercuote sui costi di una agenzia, che, in genere, non ha

TRE BRAND

Steffano Group (qui, il responsabile Attilio Steffano) è suddiviso in tre brand: Assimedici, Assipmi e Assiprofessionisti.

una formazione specifica nel campo della Rc professionale. Noi abbiamo cercato e trovato soluzioni flessibili e che contengono proposta e clausole in un unico documento, eliminando lungaggini e perdite di tempo».

Come avete costruito la vostra proposta? «L'esperienza di Assimedici ha permesso di maturare un notevole know how nel campo della Rc. Il metodo è sempre lo stesso: individualizzazione di una categoria di consumatori e studio approfondito dei loro bisogni assicurativi; ricerca sul mercato italiano e internazionale delle migliori soluzioni per la copertura dei rischi del target; costruzione di polizze chiare, facilmente gestibili sia dall'intermediario che dal professionista».

Non si tratta di polizze professionali generiche, ma calibrate su precisi profili di attività... «Un prodotto efficace che vada bene per tutti non esiste», sostiene Steffano. «Con Assiprofessionisti offriamo coperture per: avvocato, dottore commercialista, ragioniere commercialista, ingegnere, amministratore di condominio, ced centro elaborazione dati, consulente del lavoro, biologo, psicologo, veterinario, farmacista. In genere le polizze hanno due opzioni: gold per fatturati oltre a 100 mila euro, silver per fatturati al di sotto di questo limite.

Dopo medici, piccoli imprenditori e professionisti, di quali altri target si interesserà il gruppo Steffano? «Adesso stiamo consolidando e sviluppano i nostri brand continuando a analizzare il mercato sempre attenti e pronti a intervenire, con rapidità e qualità, su nuove esigenze del mercato». ●