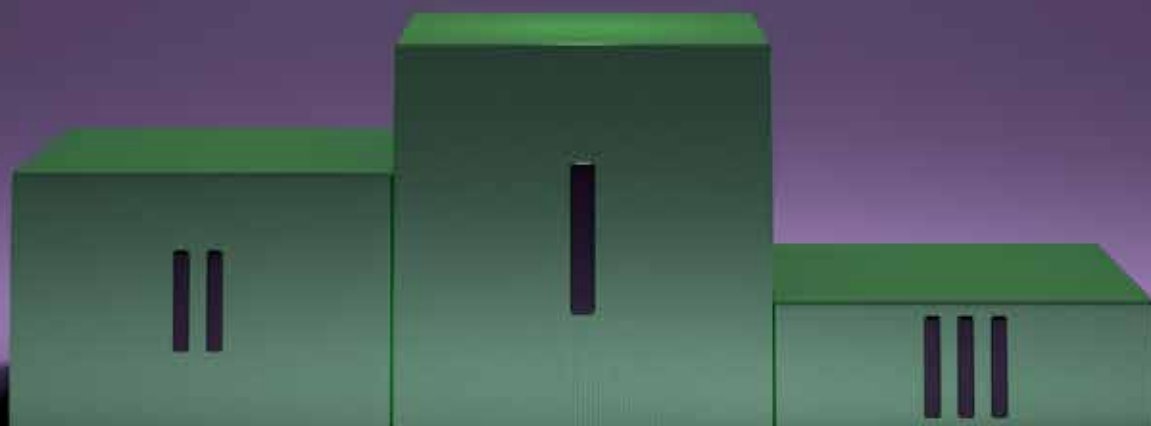


LA TERZA FASE DI TUA ASSICURAZIONI

di FABRIZIO AURILIA

LA COMPAGNIA DEL GRUPPO CATTOLICA A FINE 2018 TRIPLICHERÀ I PREMI DEL 2010. MARCO CARDINALETTI, AMMINISTRATORE DELEGATO DA POCO PIÙ DI DUE ANNI, SPIEGA IN CHE MODO L'IMPRESA CONTINUERÀ A ESSERE UN POTENTE ACCELERATORE DI SVILUPPO



Dopo 15 anni di attività, **Tua Assicurazioni** entra nella terza fase della sua vita, confermando l'impegno per lo sviluppo, consolidando i risultati raggiunti e continuando a essere una compagnia attrattiva per i giovani intermediari che la scelgono per crescere nella professione. Con la convention nazionale dello scorso 4 e 5 giugno, la compagnia nata nel 2003 per iniziativa di **Cattolica** e ancora saldamente parte del gruppo, ha rilanciato i propri obiettivi. Tua è ormai una realtà consolidata e peculiare nel mercato italiano: a fine 2018 arriverà a triplicare i premi del 2010 e a tutti gli effetti potrà considerarsi un player che compete ad armi pari con le altre medie compagnie del mercato. Le peculiarità di Tua sono molte, ma una più delle altre la caratterizza: essere riuscita a conciliare l'agilità di una compagnia di dimensioni contenute e la solidità, anche finanziaria, di un grande gruppo come Cattolica Assicurazioni. È un concetto che l'amministratore delegato di Tua, **Marco Cardinaletti**, ha ribadito più volte e in varie forme.

E quindi, qual è stato il percorso di Tua in questi 15 anni di vita? In che modo ha superato la fase di start up e si è proposta come un attore importante del proprio mercato di riferimento? Cardinaletti, al timone della compagnia dall'aprile del 2016, individua appunto tre fasi: "la prima pionieristica, quando il gruppo Cattolica decise di lanciare una compagnia nuova con l'idea di agire soprattutto con una rete di agenti monomandatari: agenti giovani, scelti spesso fra i più promettenti e affermati subagenti nei territori in cui si decideva di essere presenti. Tua – sottolinea – doveva essere per Cattolica un acceleratore di sviluppo".

LA STABILIZZAZIONE DEI RISULTATI

Questa prima fase si è conclusa intorno al 2010, quando la crescita organica di Tua ha raggiunto il suo livello massimo, con una raccolta premi pari a circa 100 milioni di euro. "A quel punto – continua Cardinaletti – è iniziata la seconda fase per raggiungere un posizionamento strategico ancora più rilevante". Così la com-



Marco Cardinaletti, amministratore delegato di Tua Assicurazioni

pañia ha aperto le porte agli agenti plurimandatari, e nel contempo ha affinato i metodi di assunzione del rischio: "il risultato di questa strategia – spiega l'ad – ci porterà a triplicare i premi del 2010, confermando sempre risultati tecnici positivi, cosa non banale in un settore come l'auto, per esempio, dove Tua è fortemente esposta".

Ora parte, appunto, la terza fase, che sarà guidata dalla ricerca della stabilizzazione dei risultati nel tempo, attraverso il supporto agli agenti, chiamati a operare in modo più incisivo anche al di fuori del perimetro dell'Rc auto: "stiamo dando alla rete strutture organizzative più solide – precisa Cardinaletti – ed entro la fine dell'anno Tua si avvarrà del sistema informatico di Cattolica, che è molto più articolato ed evoluto di quello attuale".

QUEL QUID IN PIÙ

Gran parte delle strategie di sviluppo di Tua si concentrano sulla rete. Le modalità distributive sono state negli anni al centro del progetto d'innovazione. Oggi, circa metà del portafoglio è gestito da agenti preferen-

ziali e l'altra metà da plurimandatari. “Tua – osserva Cardinaletti – ha sperimentato diverse forme di distribuzione nel tempo, compresa quella degli aggregatori, riuscendo a gestirle tutte in modo efficiente. L'ambizione della compagnia – afferma l'ad – è far percepire agli agenti un *quid*: vorremmo che gli intermediari vedessero che Tua ha qualcosa in più rispetto alle altre compagnie del suo segmento di mercato”.

Gli agenti, però, sono anche alle prese con profondi cambiamenti: l'evoluzione delle normative e dei mercati impone agli intermediari uno sforzo ulteriore in termini di professionalità, competenza e capacità di gestione. Una compagnia che *mette al centro la rete*, come si dice sempre, è chiamata anche ad aiutare l'agente, supportandolo in quest'evoluzione, sia tecnologica sia normativa. “La nostra ambizione – sostiene Cardinaletti – è aiutare i nostri agenti a utilizzare al meglio gli strumenti tecnologici: noi non cerchiamo un'evoluzione digitale che renda obsoleti gli agenti; al contrario vogliamo che siano loro gli attori del cambiamento. La rete deve evolvere e dominare i cambiamen-



Un momento della convention di Tua Assicurazioni

ti”. Per quanto riguarda la normativa, per esempio, Tua si è attivata attraverso corsi di formazione, coordinati con la capogruppo, che riguardano le principali innovazioni regolamentari: dal *Pog* a tutte le novità contenute nell'Idd.

QUANTO MI COSTI

Tua Assicurazioni si confronta con le compagnie di fascia media, realtà che spesso sono sotto pressione in primis sotto il profilo dei costi. “La difficoltà per affermarsi nel mercato – spiega Marco Cardinaletti, ad di Tua Assicurazioni – è principalmente quella di gestire i costi connessi all'esercizio dell'attività, che sono tra l'altro sempre più gravati dall'evoluzione della normativa. Tuttavia, la forza di Tua è condividere questi costi fissi con una capogruppo molto solida”.

Una compagnia media che dovesse gestire da sola gli oneri di rinnovamento informatico e quelli di *compliance* alle normative, *Solvency II*, Idd, *Gdpr*, per citarne alcune, farebbe molta fatica. “Noi condividiamo molti costi fissi con Cattolica – ribadisce l'ad – per cui Tua resta un'impresa che può muoversi in modo flessibile, sempre nell'ambito di un gruppo che ha la forza organizzativa e finanziaria per affrontare le complessità del settore assicurativo, che sono sempre maggiori”.

UN FELICE CONNUBIO

Al centro del progetto c'è quindi la valorizzazione dei punti di forza della compagnia, che sono velocità e flessibilità d'intervento, grazie alla forte prossimità agli agenti, ma anche un profondo ripensamento del catalogo prodotti. Oggi Tua ha quasi 600 mila assicurati nell'Rc auto e punta a crescere ulteriormente. Accanto a questo mercato, i rami elementari devono però svilupparsi di più: “dal punto di vista delle polizze – argomenta Cardinaletti – in questi ultimi due anni Tua ha proposto nuovi contratti: dal prodotto per i ciclisti a quello per gli animali domestici. È stato fatto, inoltre, un profondo restyling del catalogo: sono stati rinnovati i prodotti *aziende*, *famiglie* e *infortuni*, è stato introdotto il contratto *auto connessa*, in collaborazione con la capogruppo, che va oltre la semplice polizza con black box e mira a inserire il cliente in un ecosistema di servizi. E infine abbiamo ora una polizza molto evoluta per le aziende agricole”.

Niente di tutto questo, probabilmente, si sarebbe potuto fare senza Cattolica, che garantisce a Tua “un felice connubio tra l'agilità e la prossimità, tipiche della compagnia media, e la solidità del grande gruppo assicurativo”.