

LA NUOVA ASSIMOCO COSTRUITA SULLE PERSONE

di FABRIZIO AURILIA

DOPO UN LAVORO DURATO PIÙ DI SEI MESI E CHE HA COINVOLTO OLTRE 400 DIPENDENTI, LA COMPAGNIA HA RIDEFINITO LA PROPRIA STRUTTURA E LE FUNZIONI PRINCIPALI, LASCIANDO AL COMANDO RUGGERO FRECCHIAMI COME DIRETTORE GENERALE, E RINNOVANDO ALCUNE AREE STRATEGICHE. IL TUTTO VALORIZZANDO IL CAPITALE UMANO INTERNO ALL'AZIENDA

Assimoco cambia. E più che un cambiamento è una rivoluzione dolce: una riorganizzazione tutta interna che si basa sulle persone che animano la compagnia. Da un mese è operativo il nuovo assetto della compagnia di riferimento del mondo cooperativo. La nuova organizzazione è il risultato di un processo che ha coinvolto più di 400 persone, attraverso una revisione strategica delle principali funzioni dell'azienda, con la nascita della nuova funzione *Cultura e sostenibilità* e della nuova business unit *Terzo settore ed ethical consumers*. Al vertice della catena di comando resta saldo **Ruggero Frecchiami**, direttore generale del gruppo da quasi nove anni.

Il progetto, iniziato a ottobre 2018, ha ridisegnato l'organigramma complessivo, creando 16 aree di governo, di cui 13 a diretto riporto del direttore generale e tre del consiglio di amministrazione.

“Con questa riorganizzazione, che non muta l'organico del gruppo Assimoco – ha precisato Frecchiami – s'intende perseguire ed esprimere, in modo ancora più evidente, l'eccellenza del servizio verso partner e clienti”.

MANTENERE LA COMPETITIVITÀ

Grazie alla riorganizzazione strategica, Assimoco vuole sottolineare e supportare ancora meglio il proprio posizionamento distintivo, puntando sulla valorizzazione del capitale umano.

“Viviamo tempi caratterizzati da grandi mutamenti, sia a livello del settore assicurativo, sia economici e sociali”, ha detto Ruggero Frecchiami, direttore generale di Assimoco, nella nota distribuita dal gruppo. “Un'organizzazione come la nostra è chiamata ad adeguarsi in tempi rapidi per mantenere e aumentare la sua efficienza strategica e la competitività in termini di business”.



Ruggero Frecchiami, direttore generale di Assimoco

LE AREE A RIPORTO DIRETTO DEL DIRETTORE GENERALE

Nello specifico delle strutture interessate dalla riorganizzazione, la funzione *Sviluppo offerta clienti* è guidata da **Elisabeth Cellie**, che si occuperà di disegnare e sviluppare nuovi prodotti e servizi “creando valore differenziante su tutte le linee di business e segmenti di clientela”; l'area *Sviluppo commerciale partner* è affidata a **Guido Gusella**, che insieme ai suoi collaboratori punterà a garantire “il raggiungimento degli obiettivi di crescita profittabile dei ricavi e un'esperienza di valore e differenziante per i partner”.

Alessia Borrelli è a capo della nuova funzione *Cultura e sostenibilità* e gestirà il cambiamento culturale di Assimoco supportando l'attuazione della strategia aziendale e lo sviluppo di un “approccio distintivo alla sostenibilità d'impresa”.

L'altra nuova funzione, *Terzo settore ed ethical consumers*, è sotto la responsabilità di **Luca Di Lorenzo**. *Strategia e controllo di gestione* è guidata da **Mirella Maffei**; l'area *Amministrazione* è stata affidata a **Pasquale Cocca**; quella *Sviluppo persone e organizzazioni* a **Tiziano Merlini**; la funzione *Operations* a **Salvatore Graci**; mentre dell'area *Legale* si occuperà

Giorgio Colciago. L'Area tecnica protection è affidata a **Silvia Camillo**; quella Finanza e tecnica risparmio e investimenti ad **Alessandro Masatti**; Customer e partner service è di **Davide Dal Mas**. **Ferdinando Scoa**, infine, è a capo dell'area Sinistri e servizi.

TERZO SETTORE, SERVIZI ETICI PER NUOVI SCENARI DI MERCATO

Completano l'organigramma aziendale le tre strutture a diretto riporto del consiglio di amministrazione: si tratta dell'*Internal audit*, sotto la responsabilità di **Paola Cioni**; l'area *Compliance e antiriciclaggio*, affidata a **Maria Teresa Nicolini**; e *Risk management e funzione attuariale*, alla guida della quale ci sono **Daniela Del Vecchio** e **Antonio Zurlo** (responsabile per la funzione attuariale).

Tornando al contesto in cui è maturata la necessità di questo riassetto, Frecchiami cita "fattori estremamente interessanti" che stanno cambiando la società e, di conseguenza, gli scenari di mercato: il 92% dei millennial, fa sapere la nota di Assimoco, è disposto a pagare di più per un servizio da un'azienda sostenibile,



Ferdinando Scoa, alla guida dell'area Sinistri e servizi



Elisabeth Cellie, a capo della funzione Sviluppo offerta clienti

mentre il 45% degli italiani, in generale, è disposto a pagare di più per prodotti e servizi etici.

"Il terzo settore – argomenta Frecchiami – rappresenta un pilastro importante della nostra economia che ha registrato un trend in forte crescita: una ragione in più per sviluppare sensibilmente la nostra offerta su questo fronte, facendo tesoro di un'esperienza di lunga data su questa area e del know how della business unit Terzo settore ed ethical consumers, che oggi è ufficialmente operativa".

REINTERPRETARE IL PROPRIO RUOLO

Assimoco ha investito quindi sulla sostenibilità sociale, ambientale ed economica, anche attraverso un percorso culturale che le ha permesso di diventare *B Corp*, certificando così gli alti standard sociali e ambientali. "Abbiamo reinterpretato il nostro ruolo alla luce dei nuovi obiettivi strategici, e ci siamo impegnati a sviluppare le nostre capacità organizzative rispondendo al cambiamento di contesto, modificando la linea di azione e la configurazione operativa, in modo efficace, veloce ed economico", conclude Frecchiami.