

NUOVI AMBITI PER LO SVILUPPO

LA FORMULA VINCENTE PER LA CRESCITA È OPERARE IN RAMI NON TRADIZIONALI FACENDO LEVA SULLE COMPETENZE NEL SETTORE DI RIFERIMENTO. PER RAGGIUNGERE RISULTATI PIÙ VELOCI E DURATURI, È FONDAMENTALE PERÒ IL DIALOGO, A DOPPIA VIA, TRA BROKER E COMPAGNIE

Edilizia e rinnovabili, tecnologia e informatica, farmaceutico e trasporti, ma anche professionisti e sanità. L'offerta assicurativa in ambiti non tradizionali richiede un'approfondita conoscenza delle necessità e potenzialità del mercato di riferimento, in completa sintonia con la strategia aziendale. "Maggiore è la conoscenza del settore di attività – conferma **Simone Jurina**, business development and marketing manager di **Qbe Italia** – migliore è la risposta che arriva dalla compagnia. La chiave è nella specializzazione, che significa conoscenza, consulenza e capacità di trovare soluzioni adeguate e sostenibili".

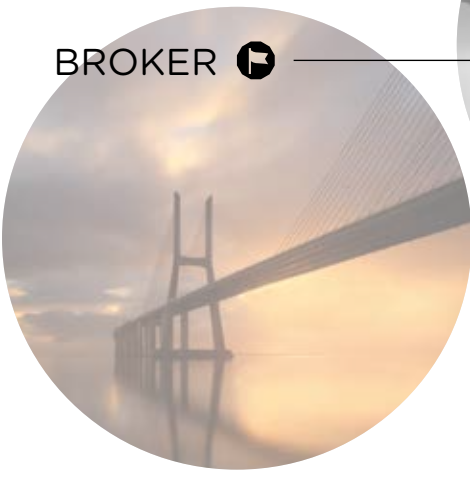
In particolare, la conoscenza delle variabili di rischio è oggi più che mai, un driver di successo. "Per molti manager – conferma Jurina – la percezione del rischio non è sempre commisurata alle reali minacce che l'azienda può incontrare e il ruolo del broker appare fondamentale per affiancare le imprese nell'analisi dei rischi e nella ricerca delle soluzioni idonee alla copertura assicurativa del business. Alla conoscenza del settore di riferimento, si aggiungono la professionalità dell'intermediario, la prossimità e la comprensione del bisogno del cliente e la diffusione della cultura assicurativa, fondamentale leva di sviluppo del business".

FARE SISTEMA

In questo contesto, tutti gli attori coinvolti hanno ruoli precisi e complementari, in una logica di sistema: "i broker – spiega Jurina – sono portavoce delle esigenze dei clienti e pertanto stimolano e orientano la domanda

UN'OFFERTA COMPLESSA, DALL'ARTE AI TRASPORTI

In termini di offerta, sono molteplici le valutazioni tecniche necessarie per la copertura assicurativa. "Si va – spiega **Simone Cioffari**, presidente di **Wba** – dalla *Block Policy* (copertura all risk per le gioiellerie), che si caratterizza per le diverse tipologie di rischio offerte nel medesimo contratto assicurativo, alla copertura *Fine art*, che spazia dal collezionista privato agli operatori commerciali che fanno delle opere d'arte il loro lavoro quotidiano, fino alla complessa area del *Marine Cargo*, con le diverse coperture assicurative, quali la all risk per conto, la Rc vettoriale e la copertura specifica per l'operatore del trasporto multimodale. In particolare – sottolinea Cioffari – le polizze trasporti possono essere stipulate a singolo viaggio oppure a tempo: avremo, quindi, polizze *Open cover*, che si riferiscono a singoli contratti di vendita o acquisto, nelle quali sono riportate le condizioni per la copertura delle singole spedizioni – notificate di volta in volta all'assicuratore – oppure polizze sul fatturato merci, generalmente di durata annuale".



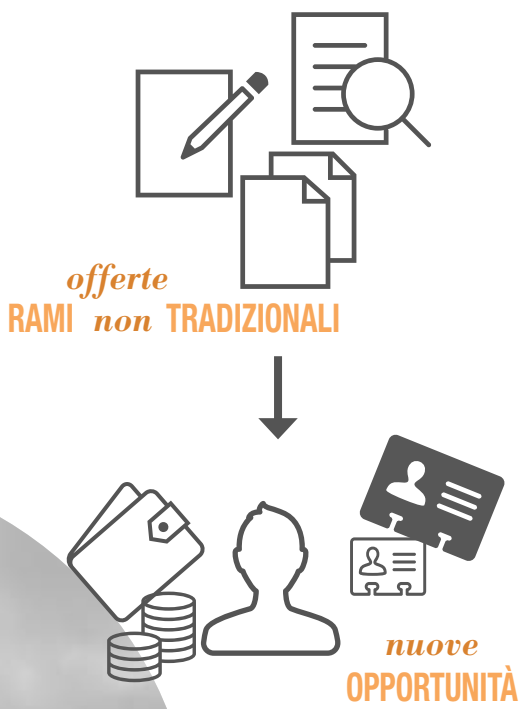
© ikonoklast_hh

assicurativa; le compagnie, invece, presentano le risposte alle istanze ovvero lavorano sul versante dell'offerta. In questa dinamica, una stretta collaborazione e un dialogo a doppia via permettono di raggiungere risultati in tempi più veloci e in modi più completi”.

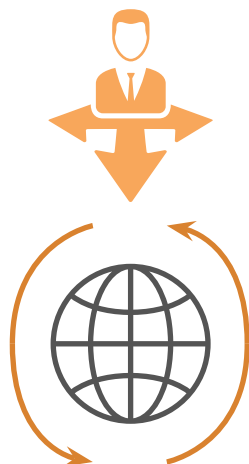
A questo riguardo, Qbe Italia ha consolidato una partnership con un selezionato gruppo di broker che ha permesso di pianificare, condividere progetti e costruire rapporti di fiducia che hanno generato una crescita comune e reciproca soddisfazione. “Intorno al sistema assicurativo – aggiunge Jurina – si muovono anche altri attori che contribuiscono a disciplinare le *regole del gioco* e con i quali il dialogo e il confronto aumentano la conoscenza e permettono di essere più efficaci. Mi riferisco non solo agli organi di vigilanza e alle istituzioni, ma anche a realtà quali **Cineas** o **Anra** che contribuiscono all'analisi e allo sviluppo della cultura di prevenzione e assicurativa, agli intermediari *wholesaler* e ai nuovi canali distributivi (banche, on line) che stanno modificando la relazione tra compagnie e clienti”.

OCCHIO AL PRICING

Altro aspetto di rilievo, nel ramo dei prodotti non tradizionali, il pricing. “Lavorare bene in un mercato di nicchia, come è il nostro caso – conferma **Simone Cioffari**, presidente di **Wba** – non vuol dire limitare l'offerta a quello che tutti propongono, con solo una piccola variazione di prezzo: una delle decisioni più complesse, specie nei prodotti di nicchia è la determinazione dei livelli



broker
STIMOLA e ORIENTA
domanda assicurativa




azienda
lavora
sull' OFFERTA

SETTORI AD ALTO POTENZIALE, ANCHE SOCIALE

I settori non tradizionali, data la loro specificità, necessitano di un approccio specialistico e consapevole. “Sono settori – spiega Simone Jurina, business development and marketing manager di Qbe Italia – ad alta frequenza di sinistri o emergenti o che in passato non sono stati profittevoli per le compagnie. Lo sviluppo di questi settori aiuterà a uscire dalla mera competizione sul prezzo, a cui stiamo assistendo su più fronti, mettendo a disposizione degli intermediari nuove opportunità di business per sviluppare portafogli, competenze e cultura in generale. Otterranno soddisfazioni di lungo periodo le compagnie e gli intermediari che avranno il *know how* per approcciare questi settori fornendo l’adeguato servizio pre e post vendita: consulenza, supporto, gestione sinistri, ecc. Non tutte le compagnie potranno o vorranno offrire soluzioni in questi settori che per Qbe sono e restano di grande interesse”.

di *pricing*. La valutazione del *burning cost* e l’analisi di come questo risultato possa essere integrato all’interno di piani strategici di redditività, sono attività articolate e complesse ma decisamente indispensabili per una gestione efficiente del business assicurativo”.

Un ambito, questo, estremamente complesso, ma che presenta grandi opportunità di sviluppo. “Noi riteniamo – conclude Cioffari – che la nuova frontiera sia quella di innovare e innovarsi, anche entrando nel mondo dei rischi non tradizionali, dai quali è possibile trarre interessanti spunti relativi a metodologie e tecniche per raggiungere l’obiettivo di crescita. La crescente concorrenza, la minor fidelizzazione della clientela e l’emergere di nuovi rischi incentivano l’innovazione nel settore assicurativo anche dal punto di vista del *pricing* e, nonostante la diffusa opinione che l’industria assicurativa non sia particolarmente innovativa, esiste evidenza che l’innovazione di prodotto è frequente nell’assicurazione danni, anche se in via progressiva, incrementale, e non per spinte improvvise”.

RC PROFESSIONALE, AMPLIARE L’OFFERTA

A un anno dall’introduzione dell’obbligo assicurativo per molte categorie professionali, è ancora numeroso il popolo dei non assicurati e a poco è valso lo sforzo degli ordini di categoria di reperire polizze a condizioni vantaggiose ed economicamente sostenibili per agevolare i propri iscritti.



“In un momento in cui gli assicuratori continuano a diminuire, a causa di una continua concentrazione – spiega **Laila Carro**, dell’Ufficio *D&O business development* di **Aec Wholesale Group** – l’ampliamento e la differenziazione dell’offerta sono strategie necessaria per potenziare la diffusione dell’Rc professionale sul mercato”. In questo senso, Aec ha creato delle *facility* per proporre ai professionisti coperture assicurative complete in modalità semi automatiche, riducendo notevolmente i tempi di emissione. “Una di queste facility, per esempio, riguarda la tutela legale che completa e integra la copertura di Rc professionale permettendo agli assicurati di difendersi adeguatamente, in caso di imputazioni penali e di poter chiamare in causa l’assicuratore di Rc, in caso di inattività dello stesso”.

Alla rete di circa 800 intermediari, Aec mette a disposizione una piattaforma di quotazioni on line per raggiungere, in modo semplice e veloce, un elevato numero di assicurati, colmando il deficit assicurativo che ancora caratterizza i liberi professionisti nel nostro Paese. “L’obbligatorietà dell’Rc professionale e il deficit nella sottoscrizione di coperture da parte dei liberi professionisti italiani – conclude Carro – fanno del nostro Paese, un mercato di grande interesse per gli assicuratori stranieri. Ed è su questo trend che si inserisce la recente partnership sottoscritta da Aec con un importante player internazionale assicurativo, quale **PartnerRe Wholesale** con il quale ci attendiamo di poter ottenere grandi risultati”. **L.S.**

UNA SANITÀ ASSICURABILE?

Altro ramo interessante, la sanità: dal prossimo 14 agosto, scatta l’obbligo di stipula di polizza assicurativa, a carico degli *esercenti le professioni sanitarie*, fatta eccezione per i medici dipendenti pubblici del Ssn. “L’intermediario assicurativo che si trovi oggi a voler acquisire, o semplicemente mantenere, un cliente impegnato in sanità – spiega **Attilio Stefano**, presidente di **Assimedici** – deve fare i conti con un reticolo di contraddizioni che complicano l’equazione *polizze e sanità assicurabile*: otto proposte e disegni di legge sulla responsabilità professionale del personale sanitario che restano ancora in attesa di essere esaminate”. Con risultati evidenti: “aumentano i numeri delle rivalse, esperite dalla Corte dei Conti, a carico dei sanitari coinvolti, per somme corrisposte a terzi dalle aziende sanitarie, a titolo di indennizzo per risarcimenti di responsabilità medica; si riducono gli assicuratori ancora disposti ad assicurare le aziende sanitarie, malgrado le importanti *Sir (Self insured retention)*, a partire dalle quali si innestano le coper-

ture di Rc; dilaga il ricorso da parte degli ospedali alla cosiddetta *autoassicurazione*, ossia la *non-assicurazione*. Con questi presupposti – sottolinea il presidente di Assimedici – risulta estremamente difficoltoso raggiungere mete capaci di portare soluzioni sostenibili, uscendo dal diffuso equivoco terminologico che porta a pensare che sia solo dei medici il problema assicurativo. Si tratta, invece degli esercenti le professioni sanitarie nella accezione più ampia”. Per il broker specialista, diventa prioritario offrire ai dipendenti di aziende sanitarie, non o scarsamente assicurate, polizze di Rc a sola copertura dei danni patrimoniali, riservando a chi, invece, esercita la libera professione coperture complete. “Distinguendo – conclude Stefano – le diverse carature di specialità e professioni, con la conoscenza specifica del settore medico e dei mercati assicurativi compatibili. Per affidare, solo a competenze riconosciute e riconoscibili il difficile compito di riportare serenità a chi in medicina opera e che alla medicina si affida”.