

Alico Italia e i suoi distributori “face to face”

Intervista a Marco Mucci

Chiamiamo in causa **Marco Mucci**, Insurance Channel Director di **Alico Italia**, il quale vanta una lunga esperienza in seno all'*American International Group*, che – fino a qualche tempo fa – si imponeva come il maggior gruppo assicurativo mondiale. Nella multinazionale assicurativa Mucci ha iniziato a operare nel 1988, iniziando a lavorare prima in Italia, per poi trasferirsi dal 1997 al 2001 in Spagna, in qualità di responsabile dello sviluppo del canale broker.

Attualmente, in Alico Italia, si occupa dei canali di distribuzione “Face to Face”, ovvero dei broker e degli agenti plurimandatari.



Può delinearci, sinteticamente, il profilo di come risulta oggi strutturata Alico Italia?

Alla fine del 2009 abbiamo cambiato la nostra struttura organizzativa, al fine di servire con maggiore efficienza e rapidità le esigenze dei nostri canali distributivi e, ovviamente, per rispondere al meglio ai bisogni di copertura dei clienti.

Siamo passati, quindi, da una struttura articolata per famiglie di prodotto ad una organizzata per “Distribution Center”.

Oggi, in Alico Italia, siamo organizzati con tre “Distribution Center”: uno segue la distribuzione che passa attraverso sportelli bancari, finanziarie e mediatori creditizi; il secondo si occupa della distribuzione diretta dei prodotti Alico utilizzando tecniche di direct marketing e, infine, c'è la struttura di cui io sono alla guida.

Intervista raccolta da Gigi Giudice

Quest'ultima segue gli intermediari tradizionalmente specializzati ed esperti nella distribuzione di prodotti assicurativi che hanno sicuramente delle esigenze in termini di servizio ed offerta assolutamente specifiche. Per questo mi avvalgo di un team commerciale di una decina di persone, ciascuna con un proprio portafoglio, chiamate a seguire gli intermediari che lavorano per Alico direttamente sul territorio.

A quale tipo di intermediari si rivolge precisamente il suo team?

Lavoriamo da sempre con i broker. Abbiamo iniziato contattando quelli di maggiore dimensione, per poi estendere la nostra rete di accordi anche con i broker locali e di più ridotte dimensioni. Questo è, in particolare, uno degli obiettivi su cui ci siamo concentrati negli ultimi due anni e in cui abbiamo investito moltissimo, rafforzando il team commerciale, potenziando l'attività di quotazione, studiando nuovi servizi e – più recentemente – cambiando e adeguando l'organizzazione della compagnia.

Queste azioni hanno prodotto buoni frutti: oggi contiamo su rapporti di collaborazione con più di 270 broker.

Ciò significa che, in meno due anni il

Ciò significa che, in meno due anni il numero dei broker con cui lavoriamo è praticamente raddoppiato, permettendoci di stabilizzare il nostro portafoglio. Inoltre, sappiamo che la domanda assicurativa del segmento aziende ha ancora molto potenziale nelle imprese di più ridotte dimensioni. Sappiamo peraltro che queste sono le più numerose in Italia, quindi proseguiremo a operare e a concentrare i nostri sforzi sui target locali per conquistare questi spazi di mercato.

Vogliamo offrire alle Piccole e Medie Imprese prodotti dello stesso livello di qualità garantito alle grandi imprese, ma con prezzo e servizio mirati sulle loro esigenze. Che si incrociano con quelle, naturalmente, degli intermediari che le seguono.

Sempre in quest'ottica, ma soprattutto per estendere la nostra operatività e presenza nel mercato del *personal line*, abbiamo iniziato a instaurare rapporti di collaborazione anche con gli agenti plurimandatari. Si tratta, per Alico Italia, di un canale inedito che abbiamo iniziato a sviluppare molto recentemente, con l'obiettivo di integrare l'offerta con prodotti mirati a bisogni specifici.

Quali sono gli elementi che Alico Italia tiene ad evidenziare maggiormente per contraddistinguersi rispetto alle offerte dei competitori?

Per rispondere alla domanda, posso citare le dichiarazioni dei broker con cui operiamo e che abbiamo raccolto con la survey di customer satisfaction effettuata qualche mese fa.

Innanzitutto, riguardo alla "qualità del servizio": abbiamo registrato il 100% di soddisfazione.

Tutti i nostri partner si sono dichiarati soddisfatti del servizio offerto a livello globale. In particolare, i broker che operano con noi apprezzano la nostra rapidità nelle quotazioni (95%) ed il supporto fornito dal team commerciale (100%).

In generale, Alico Italia viene riconosciuta come "più giovane e flessibile" rispetto alle altre compagnie. Questo ci conforta ovviamente e rende più facile avere un approccio innovativo al business. Oltre che soddisfare anche le esigenze di tutela assicurativa delle realtà imprenditoriali di minor dimensione.

Tengo a sottolineare i giudizi positivi riscossi riguardo ai contenuti della nostra offerta. Che possiede forti connotazioni distintive. Per esempio le nostre polizze collettive sono fortemente competitive e soddisfano

i requisiti richiesti dai vari CCNL di categoria. Inoltre e in più abbiamo "Azienda InSalute" e "Corporate", che definirei pacchetti modulari ideali per la PMI, in quanto pre-tariffrati e di facile vendita.

Infine, per la protezione dei cosiddetti *Uomini-Chiave* delle aziende, o anche per tutelare i soci di un'azienda per quanto riguarda i finanziamenti, abbiamo confezionato il prodotto "New Protection", che arriva a coprire capitali fino a 10 milioni di euro.

Inoltre, dal settembre scorso, abbiamo attivato un sistema *on-line* che permette di richiedere quotazioni collettive h24 in modo semplice ed efficiente. Infatti il sistema è accessibile via web, senza che comporti la necessità per l'intermediario di acquistare o installare software di alcun genere.

A tutt'oggi circa il 30% dei broker che operano con Alico Italia si è registrato per utilizzarlo. Per incentivarne l'adozione abbiamo lanciato il concorso "VOLTA AD ALTA QUOTAZIONE", che premia con una vacanza chi si sintonizza per utilizzare questo sistema.

I NUMERI DI ALICO

Alico nel mondo significa 19 milioni di clienti, undicimila dipendenti. Conta su 40mila partnership distributive, di cui mille con istituti finanziari.

Gli attivi sono a quota 89 miliardi di dollari e i ricavi a 32,3 miliardi di dollari. L'utile operativo realizzato è di 1,3 miliardi, con una crescita, tra il 2007 e il 2008, del 30 per cento.

Gli analisti di Standard & Poor's assegnano a Alico una A+, mentre il rating di Moody's è A1 e AM Best certifica con una A.

Come a confermare che Alico è passata senza conseguenze dal turbine che ha sconvolto il gruppo AIG di cui ha fatto parte fino a poco più di un anno fa.

Alico Italia (il direttore generale è Roberto Gauci, con sede a Roma in viale Castro Pretorio) figura all'undicesimo posto quanto a tasso di crescita del profitto e al 16esimo quanto a risultato operativo e ROE (a 14,2).

Sul mercato italiano ha operato fino a ieri prevalentemente attraverso accordi con banche, istituti finanziari e credit brokers, integrando le loro offerte (prestiti, carte di credito e mutui) con soluzioni assicurative per protezione personale.

Mediante il canale dei broker Alico offre soluzioni Employee Benefit, polizze individuali vita, malattie e infortuni.

Più recente è l'utilizzo del canale degli agenti plurimandatari, per offrire prodotti che rispondono ai bisogni del segmento famiglie e piccole e medie imprese.

Va aggiunto che opera anche Alico Direct, per incrementare il valore del database dei partner distributori attraverso campagne di marketing multicanale, al fine di ottimizzare le opportunità di contatto diretto con i clienti.

Abbiamo visto che, accanto a un potenziamento della gamma di coperture per le piccole e medie imprese, nei piani di Alico Italia è previsto l'allargamento alla clientela "individuale". Quali sono sinteticamente le vostre proposte in questo segmento?

Anche nello *small business* sappiamo che esiste un potenziale di crescita rilevante.

In Italia c'è uno spazio addirittura enorme e come Alico Italia intendiamo fare il nostro meglio per conquistarlo offrendo una gamma di prodotti vita, infortuni e malattia semplici, ma mirati. In particolare, abbiamo proposto **MutuoVivo**, un prodotto vita innovativo, che permette ai titolari di mutuo di avere la certezza di rimborsare il debito con pochi euro in più al mese e a condizioni molto competitive.

Pensiamo che ci sia molto spazio per questa offerta. Molte persone, soprattutto giovani, che sottoscrivono un mutuo, oggi hanno difficoltà a sostenere i costi delle polizze collettive offerte dalle banche. MutuoVivo si presenta come un'ottima alternativa

e risulta ideale anche per chi ha già sottoscritto un mutuo in passato senza assicurarsi (accade per circa due famiglie su tre) ed oggi, con la famiglia che si è ingrandita, avverte maggiormente il bisogno di tutelare i propri cari.

Nell'area delle coperture infortuni e malattia abbiamo predisposto il prodotto "**MenoMale!**", che consente una protezione economica dagli infortuni flessibile e particolarmente vantaggiosa per i nuclei familiari più numerosi, senza costi aggiuntivi per l'assicurato.

"**InSalute**" offre un indennizzo a tutta la famiglia nei casi in cui uno dei membri debba affrontare un intervento chirurgico anche di routine.

Anche per queste polizze offriamo agli intermediari che operano per noi un sistema di vendita *on-line* estremamente efficiente che consente di gestire in termini ottimali le operazioni che vanno dal preventivo al post-vendita. Sempre in assenza di costi, naturalmente.

Utile a sapersi

Mediazione civile

Riforma del processo civile: schema di decreto legislativo in materia di mediazione delle controversie civili e commerciali

In attuazione della delega contenuta nell'art. 60 L. 69/2009 (delega al Governo in materia di mediazione e di conciliazione delle controversie civili e commerciali) e della direttiva dell'Unione europea n. 52 del 2008, in data 28 ottobre 2009 il Consiglio dei ministri ha approvato all'unanimità uno schema di decreto legislativo sulle mediazioni nelle controversie civili.

La mediazione sarà condotta da un soggetto professionale, qualificato e terzo e potrà essere di due tipi:

- **facilitativa:** il mediatore aiuta le parti a raggiungere un accordo anche amichevole sul loro rapporto in funzione dei rispettivi interessi;
 - **aggiudicativa:** il mediatore propone una risoluzione delle controversie distribuendo torti e ragioni.
- La mediazione inoltre potrà essere:
- **obbligatoria:** in alcune materie particolarmente conflittuali (condominio, locazione, responsabilità da colpa medica, contratti bancari e assicurativi) la mediazione è fissata come condizione necessaria per poter avviare il processo;
 - **facoltativa:** le parti scelgono liberamente la via della composizione stragiudiziale;
 - **giudiziale:** il giudice potrà invitare le parti a risolvere la controversia davanti agli organismi di conciliazione quando la natura della causa o le risultanze istruttorie lo suggeriscano. In questo caso il giudice darà 120 giorni di tempo per trovare una soluzione conciliativa. Qualora l'accordo non venga raggiunto, il mediatore farà una proposta finale di risoluzione della controversia, che spetterà alle parti accettare oppure no. Se la sentenza del giudice che interviene in mancanza di un accordo tra le parti corrisponde alla proposta finale del mediatore, le spese del processo saranno sopportate dalla parte che ha rifiutato la soluzione conciliativa.

Il nuovo strumento dovrebbe essere operativo entro tre mesi. Lo schema di decreto legislativo passa ora all'esame delle Commissioni parlamentari competenti (che si dovranno esprimere entro 30 giorni) per poi tornare in Consiglio dei Ministri per il via libera definitivo e l'istituzione del registro dei mediatori.