

INTESA SANPAOLO FA SUL SERIO

di GIACOMO CORVI

IL GRUPPO CONFERMA IL SUO OBIETTIVO: DIVENTARE LA PRIMA COMPAGNIA ASSICURATIVA ITALIANA NEL COMPARTO DANNI NON AUTO. E DEFINISCE, IN UN EVENTO SVOLTOSI A TORINO, I PUNTI FONDAMENTALI DELLA STRATEGIA CHE GUIDERÀ IL PROSSIMO FUTURO: FORMAZIONE, INVESTIMENTI E NUOVE ASSUNZIONI PER DIVENTARE SEMPRE PIÙ CONSULENTE DEL BENESSERE E PARTNER DEL CLIENTE

In principio furono le parole del ceo **Carlo Messina**, poi venne il piano industriale, adesso i dettagli. Il gruppo **Intesa Sanpaolo** accelera nel mercato delle polizze. E ribadisce l'obiettivo che aveva già messo nero su bianco nel *Piano di impresa 2018-2021*: diventare la prima compagnia assicurativa italiana nel ramo danni non auto. Un traguardo senza dubbio ambizioso, visto che nel 2017 la produzione lorda nell'intero segmento si era fermata ad appena 431,6 milioni di euro. La conferma è arrivata nel corso dell'evento *Obiettivo Protezione*, promosso lo scorso 20 giugno presso il grattacielo di corso Inghilterra a Torino, alla presenza dell'intero management del gruppo e di altri personaggi di spicco del settore.

Nasce così a Torino un nuovo polo assicurativo, centro fondamentale della strategia che guiderà Intesa Sanpaolo nel prossimo futuro. "Faremo assicurazione nello stesso modo con cui nella nostra storia abbiamo fatto banca: mettendo al centro le persone e tenendo ben alti i nostri valori", ha garantito **Gian Maria Gros-Pietro**, presidente di Intesa Sanpaolo.

UN MERCATO DA ESPLORARE

"La propensione alla copertura assicurativa sta crescendo, ma resta comunque un gap rilevante rispetto ad altri Paesi europei", ha osservato **Nicola Maria Fioravanti**, responsabile della divisione *Insurance* di Intesa Sanpaolo. Come a dire che il margine di penetrazione c'è. E che nel mercato c'è posto per tutti.

Ne è convinta anche **Maria Bianca Farina**, presidente dell'*Ania*, la quale ha sottolineato come manchi ancora quello scatto che possa portare "dalla percezione del rischio alla copertura". Il vertice dell'associazione ha portato l'esempio delle polizze catastrofali: a fronte di un territorio nazionale soggetto pressoché totalmente al rischio di terremoti o alluvioni, "soltanto il 2% delle abitazioni è coperto contro questo tipo di minaccia". **Salvatore Rossi**, presidente dell'*Ivass*, ha puntato invece il dito verso le profonde trasformazioni che stanno attraversando il mondo, non solo assicurativo. "Sono cambiate le abitudini di acquisto e di consumo: tutto ormai è a portata di click", ha osservato. Emergono anche nuovi rischi, che solo adesso le compagnie, ha aggiunto, "si stanno attrezzando per affrontare".



Carlo Messina, ceo e consigliere delegato di Intesa Sanpaolo

PARTIRE DAI CLIENTI

Il cammino di Intesa Sanpaolo inizierà dal suo portafoglio di 12 milioni di clienti. Un primo *target market* che, secondo Fioravanti, dovrà sempre più essere servito "in maniera integrata, spaziando dal credito alla protezione del patrimonio, dal risparmio e dall'investimento alla salute e alla previdenza". Anche perché i tempi cambiano, e così pure le esigenze delle famiglie: stando ai risultati di una ricerca presentata da **Nando Pagnoncelli**, direttore di *Ipsos*, la popolazione bancarizzata sente la necessità di maggiori tutele in materia di salute, cura dei propri cari, perdita di lavoro e capacità di gestione finanziaria.

Tutte coperture che, secondo il 53% del campione, possono essere trovate tranquillamente in banca. "Se è davvero così, forse dovremmo raddoppiare i nostri obiettivi", ha ironizzato Carlo Messina. Attualmente, ha aggiunto il ceo e consigliere delegato di Intesa Sanpaolo, "solo il 5,8% della nostra clientela si rivolge a noi per coperture assicurative. Noi puntiamo ad arrivare al 18-20%, in linea con quanti comprano fondi di investimento o altri prodotti bancari: già così raggiungeremmo il nostro obiettivo di diventare la prima compagnia italiana nel ramo danni non auto".

FORMAZIONE E INVESTIMENTI

Se l'obiettivo è chiaro, anche la strada per raggiungerlo sembra segnata: formazione, investimenti e nuove assunzioni. I numeri del piano industriale, rimasti tutt'altro che lettera morta, sono stati riproposti nel corso della giornata: investimenti per 300 milioni di euro, formazione per 30 mila gestori, inserimento di 220 specialisti della protezione assicurativa, 500 nuove assunzioni per le mansioni di post-vendita. Il tutto con una sempre più stretta collaborazione con la divisione *Banca dei territori* che, per dirla con il responsabile **Stefano Barrese**, consentirà ai gestori di passare "da consulente finanziario a consulente del benessere".

L'obiettivo, ha spiegato Fioravanti, è quello di diventare "partner nella gestione del rischio delle famiglie e delle imprese" attraverso un ulteriore sviluppo del proprio canale distributivo che già garantisce una presenza capillare del territorio.

L'RC AUTO C'È

Nonostante uno *storytelling* fatto per litote, il segmento dell'Rc auto resterà una delle linee di business di Intesa Sanpaolo: il gruppo già distribuisce soluzioni pensate per la mobilità su quattro ruote. E continuerà a farlo con un occhio di riguardo per l'innovazione, costruendo un'offerta sempre più legata alla telemat-



Nicola Maria Fioravanti, responsabile della divisione *Insurance* di Intesa Sanpaolo

tica. "La scatola nera si è confermata un elemento fondamentale per raccogliere informazioni e misurare il rischio in maniera accurata", ha commentato **Alessandro Scarfò**, amministratore delegato di **Intesa Sanpaolo Assicura**.

L'innovazione, tuttavia, non si limita alle sole tecnologie: i nuovi modelli di mobilità, come *car pooling* e *car sharing*, stanno portando a un sostanziale slittamento del paradigma dell'auto di proprietà. E le compagnie sono chiamate a definire soluzioni che possano adattarsi ai tempi che cambiano. "Sempre meno giovani sono propensi ad acquistare un'auto", ha osservato Scarfò. "In futuro - ha chiosato - si potrà pensare a soluzioni che, in un'unica polizza, offrano tutte le garanzie necessarie per i vari modelli di mobilità".

ALLA PROVA DEL SINISTRO

Molta enfasi, nel corso dell'evento, è stata posta sulla fase di post-vendita: le già citate 500 nuove assunzioni andranno appunto a rinforzare questo segmento. Facile intuire il perché: la liquidazione del sinistro è un po' il banco di prova di tutte le compagnie. E solo garantendo alla clientela un servizio all'altezza delle sue aspettative, ha commentato Fioravanti, "sarà possibile acquisire credibilità e fiducia verso i nostri assicurati". La gestione del sinistro diventa dunque, nella strategia del gruppo, un elemento fondamentale per fidelizzare la clientela e imporsi nel settore. Il primato nei rami danni passa anche, e soprattutto, da qui. 

PRODOTTI ALL'AVANGUARDIA

Intesa Sanpaolo punta molto sull'innovazione di prodotto: tecnologia e logica di servizio sono le parole chiave, secondo il gruppo, per costruire un'offerta in linea con i bisogni della clientela. "Partiremo dalle esigenze dei nostri clienti, aiutati anche dalla *Idd*, per venire incontro alle necessità dei nostri assicurati", ha commentato Nicola Maria Fioravanti, responsabile della divisione *Insurance* del gruppo. È in quest'ottica che va letto il recente lancio di *XMe Protezione*, una sorta di *prodotto contenitore* che racchiude al suo interno coperture diverse nelle aree salute, casa e famiglia. La soluzione, ha spiegato Fioravanti, "consentirà al cliente di acquistare, togliere, aggiungere e modificare diverse garanzie e servizi".