

# FARE RETE PER INNOVARE

PER ASSIMOCO, L'INNOVAZIONE PARTE DAGLI INTERMEDIARI, VERO FULCRO DEL SISTEMA D'OFFERTA. ATTRAVERSO NUOVI VALORI: L'ASCOLTO DELLE ESIGENZE DEI PARTNER DISTRIBUTIVI, IL DECENTRAMENTO DELLE INTELLIGENZE E LA FLESSIBILITÀ OPERATIVA

La vera innovazione è il rapporto con i partner distributivi. Questa la *vision* di **Assimoco**, il gruppo assicurativo del Movimento Cooperativo italiano, che opera attraverso 400 banche di credito cooperativo, casse rurali e artigiane nonché una rete di 86 agenzie tradizionali e di cooperazione. “Il mondo – spiega **Ruggero Frecchiami**, direttore generale della compagnia – sta cambiando a una velocità e con un'imprevedibilità rare, che richiedono un cambio di paradigma attraverso cui generare l'innovazione, vista non più come fattore competitivo, ma strategico e manageriale, ovvero dei modelli di gestione, elemento imprescindibile per il successo dell'impresa”.

Per fronteggiare il mutamento repentino è necessario *generare rete*. “Per farlo servono nuovi valori: l'*apprendimento* è il cuore, in quanto acquisire competenze trasversali consente all'impresa di comprendere situazioni sempre più complesse e imprevedibili; il *decentramento* ovvero sviluppare *intelligence* decentrate, per conseguire una visione allargata delle possibilità di sviluppo del business, in linea con le esigenze del cliente; la *flessibilità operativa*, per rispondere in modo efficace e coordinato ai mutamenti del contesto competitivo; la *ridondanza*, per accrescere la capacità di adattamento dell'impresa, e quindi la sua competitività, attraverso la ridondanza di asset intangibili”.

## ASCOLTO E APPRENDIMENTO

La filosofia Assimoco parte della sua origine cooperativa. “Il centro della nostra organizzazione resta la persona e la chiave di volta strategica è il rapporto con i partner distributivi, ispirato ai principi già citati: apprendimento e innovazione, partendo dalla relazione con il canale agenziale; creazione di circoli d'eccellenza, per condividere e definire, con i responsabili delle banche dirette e delle agenzie di riferimento territoriale, vision, esperienze organizzative, commerciali e operative e *best practice*; definizione di un processo di sviluppo del prodotto per testare esperienze e personalizzare i prodotti in base alle esigenze emerse dai partner distributivi, vero centro del nostro sistema d'offerta”.

Il tutto offrendo servizi in chiave di forte integrazione. “Tra questi, emerge: il *check up assicurativo*, che con-



**Ruggero Frecchiami**  
direttore generale Assimoco



sente al punto vendita di individuare le aree di sviluppo del business; il *partner service*, un servizio volto a una più efficace integrazione fra compagnia e intermediari; l'*innovazione tecnologica*, per incrementare l'efficienza e l'integrazione con gli intermediari, attraverso un nuovo sistema d'offerta basato sulla semplificazione dei processi”.

L'innovazione di Assimoco presuppone forti investimenti in organizzazione, competenze, gestione dei progetti e formazione dei partner distributivi. “Il concetto di fondo – conclude Frecchiami – è un grande lavoro di umiltà, ascolto e dialogo con i partner distributivi, per creare quel rapporto di fiducia, vero presupposto della crescita della rete”. **L.S.**