

BENE ASSICURAZIONI LA NOVITÀ DEL MERCATO PROIETTATA NEL FUTURO

*INTERVISTA A ANDREA SABÌA
AMMINISTRATORE DELEGATO DI BENE ASSICURAZIONI*

a cura di Gigi Giudice

È stata resa nota la composizione dell'assetto societario di Bene Assicurazioni, che vede la compagnia tedesca Nürnberger e l'anglosassone Aspen Insurance, entrambe quotate in Borsa, presenti e partecipi come investitori industriali qualificati della nuova compagnia italiana.

Bene Assicurazioni è dunque doppiamente sotto i riflettori, a confermare che si tratta di un progetto di alto profilo, con partner di grande rilievo e di caratura internazionale.

La notizia del rilascio dell'autorizzazione a operare di una nuova compagnia nell'esercizio di tutti i rami danni ha fatto sensazione. Da qui una serie di domande sorgono spontanee. Domande che abbiamo girato al più diretto interessato Andrea Sabia, che ci ha amabilmente risposto dopo l'annuncio della nascita di Bene Assicurazioni.

Da quando, ad aprile si è saputo della sua decisione, ben motivata a tutti, sul mercato si sono diffuse mille voci e mille ipotesi sulla candidatura di Andrea Sabia per posti di comando di una serie di società ...

Così va il mondo. Scollinati i cinquant'anni di età, invece di "accomodarmi" - per modo di dire - in qualche lusingabile posizione che mi può essere stata offerta, ho deciso di fare la scelta che mi impegna almeno per i prossimi dieci anni. Scelta definitiva, in cui credo di veder realizzate tutte le mie migliori potenzialità.

Il mio futuro passa dal business plan di Bene Assicurazioni, che si incardina su un nuovo modo di concepire un sistema d'offerta, con una forte "discontinuità" sia rispetto al model-

lo distributivo tradizionale, che alla "fabbricazione" dei prodotti assicurativi.

Insomma un approccio radicalmente nuovo. Confidenti di poterci affermare come la prima "nativa" assicurazione digitale nel nostro Paese, con elementi



Andrea Sabia
Amministratore delegato di
Bene Assicurazioni

di netta differenziazione rispetto a quanto si è realizzato e visto finora.

Sul tema della digitalizzazione si stanno scatenando, in effetti, un po' tutti. La convegnistica lo ha adottato come uno dei temi glamour di queste ultime stagioni. Ma la sensazione è che siamo ancora ai primi passi.

Dicevo che vogliamo essere davvero innovativi, agendo con un nuovo modello di business, che ha come fondamenti la specializzazione e l'innovazione spinta: vogliamo una crescita prudente e lineare, in linea con lo standing dei nostri investitori internazionali, che dia garanzie di stabilità nel lungo periodo, soprattutto attraverso la ricerca di nicchie profittevoli, talvolta inesplorate dai big players.

Contiamo su un utilizzo intensivo di nuove tecnologie, con particolare focalizzazione sulla business intelligence, la data-analysis, avendo come obiettivo la semplificazione dei processi e degli strumenti, in modo da facilitare al massimo il rapporto e l'interazione con la clientela. Vogliamo rispondere alle elevate aspettative di servizio del cliente finale integrando l'intermediazione professionale con le nuove comunità di internet e con il mondo dei social network.

Sarà il cliente a decidere se sottoscrivere la copertura utilizzando l'intermediario o direttamente il web per ottenere quanto si aspetta. Il canale virtuale di Bene Assicurazioni (l'offerta diretta al consumatore finale) si integrerà armonicamente con quello fisico di prossimità e vicinato (il baluardo dell'agenzia locale).

Secondo quali modalità?

Stiamo mettendo a punto, con una giovane squadra di specialisti in nuove tecnologie, soprattutto non provenienti dall'industria assicurativa, una piattaforma digitale che consentirà al cliente di essere riconosciuto come tale e gli consentirà di chiedere di essere seguito in tutte le sue necessità.

Vogliamo far diventare abituale l'utilizzo della copertura assicurativa anche per brevi periodi, per casistiche tipiche del "marketing situazionale", come la polizza viaggi, che un cliente acquista solo contestualmente alla decisione di acquisto

di un viaggio. Ma vi sono molte altre situazioni assicurabili che rientrano nell'instant insurance, che il cliente decide di sottoscrivere al momento in cui si presentano. Senza dover perdere tempo in orpelli burocratico-amministrativi.

L'assicurazione può così affermarsi come un servizio attivo 24 ore su 24 e dare risposte in tempo reale, dimenticando i vecchi sistemi informatici tradizionali, con interminabili menù a cascata e molteplici passaggi. Noi pensiamo a soluzioni facili e da usare anche in mobilità, con un'interfaccia utente semplice, lineare e personalizzabile, non solo su pc, ma anche su tablet e mobile, offrendo agli utenti assicurativi illimitate possibilità d'interazione, tipiche di uno strumento stimolante e "social like".

In tal modo si realizza un effettivo cambio di paradigma, il web, non come nemico, ma come partner della professione assicurativa tradizionalmente intesa. Con il cliente che decide come orientarsi.

Bene ha un "chiodo fisso": rendere l'esperienza di acquisto di un'assicurazione "semplice, chiara, intuitiva". Lo ribadisco: questa facilità d'uso dovrà essere la caratteristica "killer" dei nostri nuovi prodotti e servizi pensati, non da operatore generalista, ma soprattutto da specialista con competenze molto orientate a segmenti verticali, gruppi con rischi omogenei e nicchie globali. Siamo sinceri: l'acquisto di un'assicurazione oggi è come l'acquisto di un biglietto aereo quindici anni fa, spesso richiede ancora trenta minuti di scartoffie con un agente. Altro che dematerializzazione!

Mentre siamo ormai entrati nell'era digitale. Sono convinto che ad avvantaggiarsi e a poter beneficiare maggiormente di questo "nuovo mondo", sarà proprio il mondo assicurativo, nella sua componente più proattiva.

Ma gli agenti che vantaggio ne avranno?

Non ha più senso parlare di compagnia diretta e di compagnia tradizionale: serve un sistema integrato che cerchi in ogni momento e in ogni luogo di assecondare le esigenze di protezione del cliente, qualsiasi esse siano, dalle più semplici alle più complesse. In Bene abbiamo la fortuna di non dover adattare una situazione esistente, ma di poter sviluppare ruoli e proce-

due per i diversi attori già integrate dall'inizio per il nuovo mondo digitale e soprattutto con un chiaro modello integrato a tendere.

È qui il vantaggio per gli agenti: con noi, partendo da alcune nostre specifiche soluzioni, potranno crescere nelle competenze, digitali e professionali, con un management team e una squadra di direzione che ha fama di saperlo fare, per poter continuare a svolgere questo lavoro anche fra dieci anni. Noi indicheremo la nostra strada e metteremo a disposizione dei partner distributivi che sceglieremo, e di chi vorrà crederci, in particolare tra i giovani agenti avvezzi ai nuovi device tecnologici, percorsi esperienziali e strumenti evoluti, pensando nelle nostre scelte odierne già al 2026, e soprattutto ai nuovi assicurati che avranno sempre più un comportamento d'acquisto orientato verso l'online, il mobile e la ricerca della migliore offerta, ma senza disdegnare la rassicurazione che deriva dall'assistenza e dalla consulenza di un intermediario professionista indipendente.

Molto interessante. Ma possiamo scendere un po' più nel concreto? L'agente che sceglierà di lavorare con Bene, cosa troverà di diverso?

Direi un pò tutto, soprattutto sul piano culturale, perché si realizzi un reale allineamento di interesse tra i protagonisti, in una logica win - win. Il tramonto della figura dell'agente in carne e ossa aleggia nel mondo assicurativo, perlomeno nei prodotti standard e massificati come l'RCA, mentre a mio avviso addirittura si rafforzerà come figura di consulente di alto profilo per i rischi complessi. Ma sono due i macro aspetti che più di altri differenzieranno Bene. Cercherò di sintetizzarli:

1. Evoluzione del modello di agenzia, fermo ancora a cinquanta anni fa, attraverso un radicale ripensamento del mandato agenziale. Ciò impatterà sui diritti e doveri delle parti, sulle modalità e i processi di gestione delle attività quotidiane (emissione, incassi, gestione portafoglio, quietanzamento, etc.), su una nuova avvincente formulazione della struttura provvigionale e molto altro ancora che abbiamo in serbo nel primo triennio;
2. L'agente sarà guidato a comprendere le logi-

che dell'online in modo da poter entrare in gioco quando chiamato in causa dal cliente (il cosiddetto cliente "consapevole", più che ibrido...). Perché è il cliente che guida! Compagnia e agente dovranno essere in grado di anticipare e intercettare le sue esigenze, intervenendo quando opportuno, grazie alle nuove metodologie adottate. Faremo a monte campagne mirate online che un agente troverebbe antieconomico attivare in autonomia, distribuendo poi le opportunità di business sugli agenti che avranno ottenuto la specifica certificazione digitale, ma georeferenziati sul territorio, meritocraticamente.

Anche in questo caso l'agente ci deve credere e investire pesantemente sulla propria formazione e struttura, ancora una volta decidendo di seguire percorsi personalizzati che definiremo appositamente per lui, con la logica di vedere il mondo non in modo "direzione-centrico", ma solo ed esclusivamente dal punto di contatto e di relazione con i clienti, sia l'agenzia, che il web, non considerati più come canali separati e antagonisti.

Possiamo dire che questa consapevolezza faccia parte del background di Bene Assicurazioni.

Certamente. Personalmente penso di essere credibile nel promettere questa radicale innovazione, sia perché da sempre mi occupo di nuove tecnologie, anche in precedenti esperienze imprenditoriali, sia perché negli ultimi venticinque anni ho visitato o incontrato qualche migliaio di agenti in tutta Italia, e so esattamente di cosa si parla. Le nostre risorse umane operative in direzione a Milano, possiedono e padroneggiano una conoscenza pratica del settore, ma soprattutto del mondo agenziale, da dove molti di loro arrivano. In tutte le sue sfaccettature. Arrivo a dire che siamo una compagnia "tecnologica", quasi una "internet company", più che semplice impresa di assicurazioni. Tanto arditamente convinti di questa nostra missione, da non temere oggi francamente di dichiarare le nostre caratteristiche di indipendenza e di forte orientamento al futuro, con l'ambizione di poter dimostrare di essere un digital market maker.

Immaginiamo la curiosità e l'interesse dei molti operatori del settore per capire, oltre a Andrea Sabia, chi è partecipe dell'operazione Bene Assicurazioni.

Prima di soffermarmi su chi sono i manager co-fondatori, mi piace sottolineare la qualità e la solidità degli investitori internazionali e l'entità degli apporti finanziari al patrimonio di avvio della compagnia: 15 milioni di euro, con adeguate risorse aggiuntive già pianificate per il futuro. Vi contribuiscono in maniera sostanziosa, con il 25 per cento delle quote azionarie, i tedeschi di Nürnberger Versicherung, compagnia operante dal 1884, con un fatturato complessivo di 4,9 miliardi di euro e circa 4.600 dipendenti mondiali. Nürnberger, cui Fitch assegna un rating A+(S&P A-).

Altro azionista di rilievo, con il 20 per cento, è l'anglosassone Aspen Insurance Holding, quotata alla borsa di New York, con un rating S&P A. Aspen controlla tra l'altro, un sindacato dei Lloyd's.

E i manager co-fondatori?

Ha condiviso con me il progetto da cui è scaturito il modello Bene Assicurazioni l'amico **Lodovico Radice**, che ha ereditato dal padre, per molti anni rappresentante generale di

Nationale Suisse in Italia, la passione per la perfetta gestione dei conti di una compagnia. Per oltre un decennio è stato il numero uno di Nationale Suisse Italia, impresa nella quale ha svolto l'intero suo sentiero di crescita manageriale e metterà le sue competenze al servizio di Bene Assicurazioni come CFO, responsabile dell'area finanza e bilancio. In **Alberto Dominici**, che ha contribuito al mio fianco al successo della nostra ultima esperienza professionale, abbiamo il COO della compagnia, che si occuperà della gestione industriale e della fabbrica prodotti. Noi tre comporre il comitato di direzione.

Lascio come must finale l'aver trovato il massimo del consenso al progetto Bene Assicurazioni nella persona di Lorenzo Peccati, che ricopre la carica di Presidente. Professore Emerito di matematica finanziaria all'Università Bocconi (di cui è stato anche Pro-Rettore), Peccati è noto fra gli specialisti nella valutazione degli investimenti e per aver costruito la formula del valore netto attuale calcolato solo in base al capitale proprio. Il suo prestigio e il suo alto apporto intellettuale, saranno fondamentali per noi, vista la forte connotazione tecnologica che ci siamo dati.

I PARTNER INTERNAZIONALI

 NÜRNBERGER VERSICHERUNG	 ASPEN INSURANCE
Partecipazione in Bene Assicurazioni: 25%	Partecipazione in Bene Assicurazioni: 20%
Fatturato complessivo 4,9 €/mld	Fatturato complessivo 3 \$/mld
Patrimonio netto 0,9 €/mld	Patrimonio netto 3,4 \$/mld
Investimenti 27,6 €/mld	Investimenti 8,8 \$/mld
RATING S&P: A- Fitch: A+	RATING S&P: A

Dati al 2015

Alcuni indicatori fondamentali riguardo agli investitori istituzionali di Bene Assicurazioni

Insieme agli auguri per la nuova impresa, da antico osservatore di un mercato assicurativo italiano mi aspetto di raccogliere, da non pochi addetti ai lavori, una quantità di critiche e di dubbi circa il successo di un'operazione tanto ardua. Ricordo di essere stato, dodici anni fa, testimone dell'incredulità e del quasi dileggio circa i buoni risultati che avrebbe conseguito TUA Assicurazioni. Uccelli di malaugurio smentiti poi nei fatti.

In questa nuova avventura ci muoveremo con prudenza e pazienza. Personalmente sto cercando di apportare quanto accumulato e capitalizzato nella mia storia personale, unito a passione autentica, evoluta negli anni e con l'esperienza, in solida competenza manageriale che nutro per le assicurazioni fin dall'inizio della mia attività professionale. Senza dimenticare che, se crediamo ancora davvero nel ruolo degli agenti, dobbiamo far sì che nei prossimi anni ci siano ancora persone interessate a svolgere questa professione, poiché invece pare sempre più evidente che i giovani non abbiano alcuna propensione a diventare agenti di assicurazioni.

Non è certo casuale, anzi, pure beneaugurante l'aver imposto alla nuova compagnia il nome BENE ASSICURAZIONI ...

Non è casuale. Nomen Omen, come dice un detto latino. Il nome precisa la qualità di un progetto condiviso, in cui le intelligenze che abbiamo imbarcato e imbarcheremo in questa impresa debbano essere "spese BENE". Aggregando solo persone per BENE. Che ricerchino – con spirito e cultura imprenditoriale – benefici comuni. Facendo semplicemente BENE le cose.

Bene Assicurazioni, per noi del team di partenza, rappresenta il coronamento di un sogno, ove magicamente confluiscono:

- A. La **solidità finanziaria** e patrimoniale di grandi partner industriali dell'assicurazione internazionale (che per la prima volta si affacciano nel lavoro diretto sul mercato italiano, perché convinti della bontà del progetto), portatori di know how tecnico e nuove soluzioni.
- B. Un **team manageriale** di valore ed esperienza settoriale, capitanato da figure professionali che hanno già guidato per anni compagnie medio-piccole, e proprio per questa coesa esperienza capace oggi di promuovere e industrializzare un nuovo modello operativo.
- C. Una **comprovata padronanza delle nuove tecnologie** e dei **fattori di innovazione** indispensabili per l'assicurazione danni nei prossimi dieci anni.

Insomma sono convinto, ora più che mai, che la competitività di una nuova impresa di assicurazioni dipenda dall'abilità di gestire e promuovere con umiltà e credibilità la trasformazione digitale e tecnologica, quella in grado di abilitare l'innovazione imprenditoriale dell'intermediazione professionale del futuro, tendenzialmente più indipendente e plurimandataria, per favorire la migliore consulenza ai clienti, vero patrimonio di ogni assicuratore.

"E coloro che furono visti danzare vennero giudicati pazzi, da chi non poteva sentire la musica" (Friedrich Nietzsche).