

Pubblicazione riservata alle Agenzie Liguria ad esclusivo uso interno.

Realizzazione e proprietà:
Liguria Società di Assicurazioni S.p.A.
www.liguriassicurazioni.it

00

Luglio
2011

“liguri@gorà”
un nuovo strumento per dialogare con la Rete.

“liguri@gorà”: un nuovo progetto, che nasce dalla volontà di creare una comunicazione sistemica verso la Rete Liguria, che consenta di *“far arrivare la voce dell'azienda”* e generare un *“filo diretto”* con le nostre Agenzie.

“liguri@gorà” si prefigge di soddisfare le diverse esigenze di comunicazione di tutte le funzioni aziendali, facilitando e rendendo possibile la creazione di una cultura comune di impresa e di un clima aziendale che favoriscano il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo.

“liguri@gorà” sarà lo spazio per mettere in rilievo le iniziative in atto, condividere notizie, esperienze sul campo, curiosità ed informazioni tecniche. Uno spazio che dovrete sentire vostro: per questo, suggerimenti e proposte saranno fondamentali per rendere **“liguri@gorà”** più partecipato.

Una partecipazione che ci auguriamo si estenda non solo agli Agenti, ma a tutto il personale ed ai Collaboratori di Agenzia, perché condividere gli stessi obiettivi è il modo migliore per crescere insieme.

I nostri Area Manager sono disponibili per raccogliere le vostre storie e le idee che vorrete proporci.



in questo numero

un caffè con...
Sandro Salvati

il punto
Alessandro Sonnini

focus on
formazione
“Il rinnovo della polizza RCA”

campagne commerciali
“Squadra Vincente”

la lente sull'azienda
“Il Ramo Auto risponde”

pillole
*Fabio Cerchiai
Assemblea ANIA*

la voce dell'Agenzia
Parma Centro



un caffè con...

Sandro Salvati - Presidente Liguria Assicurazioni

“Lucidity is our first need”, scriveva John Maynard Keynes. Parafrasando un grande economista, io dico che la **consapevolezza** è la prima qualità professionale che dobbiamo possedere. Consapevolezza che è comprensione del mondo globalizzato del sistema-Paese, insieme ad una visione reale del mercato assicurativo, del Gruppo Fonsai e di Liguria. La nostra Azienda è immersa in questa realtà e ognuno di noi deve capirla a fondo. Veniamo da anni di risultati negativi. In un mercato complesso abbiamo messo mano agli errori di un passato che non vogliamo commentare. Abbiamo adottato quelle misure necessarie a ristabilire gli equilibri tecnico/economici: una Liguria risanata è un valore in sé per Agenti, Dipendenti e soprattutto Assicurati. Stiamo agendo con la leadership e la competenza vera di chi conosce come pochi altri questo business. Stiamo dedicando a Liguria energie, passione e orgoglio di marchio per farla

...il nostro primo obiettivo è lo “sviluppo profittevole”

approdare là dove Liguria merita. Crediamo nella forza delle Agenzie e vogliamo che, sempre di più, lavorino con noi in un rapporto di partnership fruttuoso per entrambi e duraturo nel tempo. Nulla è facile. Ci sono ancora inefficienze, ritardi, incomprensioni (talvolta strumentali). Questo ci spinge a chiedere il massimo a noi stessi e a tutte le

persone “consapevoli e professionali” al centro e sul territorio, Agenti e Collaboratori, **per migliorare e crescere insieme.** Dopo la meritata pausa, con Settembre deve iniziare un **rush finale** verso il 31 Dicembre che, in un grande sforzo di squadra, ci

porti **“fuori dagli scogli”**. Definitivamente. Abbiamo idee, progetti, spunti concreti, misure commerciali per dare supporto alle Agenzie e aiutarle a crescere: il nostro primo obiettivo è lo **“sviluppo profittevole”**, loro e di Liguria. In mercati difficili come gli attuali professionalità, impegno, cooperazione sono i fattori per il **successo.**

il punto



Alessandro Sonnini - Responsabile Commerciale

Giunti alla metà del cammino, come in tutti i viaggi, è utile fermarsi a riflettere sulla strada percorsa e su quella che rimane da fare.

Sono stati sei mesi importantissimi per il futuro di Liguria. Sei mesi nei quali abbiamo rinforzato e raccolto i frutti della grande azione di risanamento avviata nei due esercizi precedenti; consolidato e raffinato i nostri interventi sui portafogli meno redditizi - interventi che è bene ricordare non hanno mai contemplato l'abbandono totale di nessuna parte del territorio nazionale; programmato, con le migliori Agenzie, l'atteso **rilancio commerciale del secondo semestre.** Certamente i risultati commerciali, soprattutto nell'Auto, hanno sopportato la durezza di quelle scelte inevitabili e la flessione degli incassi complessivi per l'Impresa è stata

importante; per converso molte Agenzie con andamenti positivi hanno registrato (*complimenti a questi Agenti!*) incassi in crescita. Perché, come dice un antico proverbio persiano, **quando si fa buio si vedono meglio le stelle.**

La nostra volontà è quella di avere il cielo Liguria con più stelle ancora. Anche per questo stiamo visitando molte Agenzie, per avere una visione condivisa del futuro e per **creare, senza ripetere gli errori del passato, un grande valore,** anche se entro i limiti imposti da un mercato complesso, nei quali sarà necessario dare il massimo. Ne saremo capaci e la nostra Liguria, sarà, come la Gioconda di Leonardo, un capolavoro in una piccola cornice.

focus on

la lente sull'azienda

Ramo Auto

“Legge Bersani, le sue applicazioni.

Risponde Lidia Cervini Responsabile Auto Liguria

Una rubrica dedicata ai quesiti posti dai nostri assicurati, domande e richieste che a volte sono complicate da spiegare e che qui trovano risposta. Iniziamo con un caso sull'applicazione della Legge Bersani, che potrà certamente essere d'aiuto per fugare i dubbi che talvolta sorgono nel lavoro quotidiano di Agenzia.

Il Sig. Antonio ha sottoscritto con noi una polizza per il suo motociclo e ha una classe “Bonus/Malus” 2. Poiché intende vendere la moto e sostituirla con un'utilitaria, ci ha chiesto di poter usufruire della Legge n. 40/2007 (Legge “Bersani”), trasferendo sull'utilitaria la classe di merito maturata sulla moto.

Purtroppo non abbiamo potuto accogliere la richiesta del Sig. Antonio. Infatti, per poter usufruire della Legge “Bersani”, il nuovo contratto deve riguardare un veicolo “della medesima tipologia” di quello precedentemente assicurato (ved. art. 134 comma 4bis del Codice delle Assicurazioni Private); il nostro assicurato, invece,

intende sostituire la moto con un'autovettura, quindi con un veicolo di tipologia diversa.

Anche prescindendo dalla Legge in questione, la classe di merito in corso sul motociclo non può essere mantenuta per l'utilitaria perché la forma “Bonus/Malus” che si applica ai motocicli (Condizione Speciale “M”) è distinta da quella che si applica alle autovetture (Condizione Speciale “F”) e segue regole differenti. L'utilitaria deve essere assegnata alla classe di merito CU stabilita dal Reg. ISVAP n. 4/2006 per i veicoli assicurati per la prima volta dopo la prima immatricolazione o la voltura (Classe C.U. 14), mentre la classe di merito di assegnazione interna Liguria è quella stabilita per questi veicoli dalla Condizione Speciale “F” (Classe interna 14). Tuttavia, nel calcolo del premio dell'autovettura, Liguria considererà la quota di premio pagato e non usufruito relativa al motociclo; se il conguaglio risulterà a favore del Sig. Antonio il rimborso gli sarà effettuato al netto delle imposte.

formazione

Tra la fine di maggio ed i primi giorni di giugno abbiamo attraversato tutta l'Italia per gli incontri formativi sul tema del **rinnovo della polizza RC Auto**. Sono state organizzate 18 edizioni dedicate agli Agenti e 9 ai Collaboratori di Agenzia.

La vostra partecipazione è stata numerosa e forte l'apprezzamento dimostrato per l'iniziativa, sulla base dei riscontri registrati dai questionari di gradimento compilati a fine giornata.

Ora è il momento di mettere in campo i suggerimenti e le esperienze condivise in questa occasione con i vostri colleghi!

pillole

Fabio Cerchiai, ha detto.

Estratto dall'intervento all'Assemblea annuale ANIA 2011

(...) Nel quinquennio 2005-2009, si era registrato un calo del premio medio per l'assicurazione obbligatoria dell'11,8%. Ciò aveva significato, per le imprese, una riduzione della raccolta e, per gli italiani, una minore spesa in valore assoluto. (...) Avevamo espressamente indicato che, in assenza dei necessari interventi, la pressione dei costi sarebbe divenuta insostenibile e, quindi, sarebbe stato inevitabile un aumento dei prezzi. Tale circostanza si è, purtroppo, inesorabilmente verificata. Nel 2010 si è tornati a un aumento della raccolta premi (+4,5%), frutto appunto dell'inevitabile aggiusta-

mento tariffario. Tuttavia, l'equilibrio economico non è stato ancora raggiunto. Per ogni 100 euro di premi incassati, infatti, le imprese hanno avuto costi per quasi 106. Il costo dei sinistri pagati dalle compagnie è, in Italia, tra i più alti d'Europa, decisamente superiore a quello di Germania e Francia. E il costo medio, dal 2000 al 2010, è cresciuto del 45%. Questo è il vero problema da risolvere”.

*Il testo integrale della relazione di Fabio Cerchiai è disponibile sul sito Internet di Liguria Assicurazioni nella sezione **liguri@gorà - N. 00 - Luglio 2011**.*

campagne commerciali

“Squadra vincente”

Siamo convinti che questa campagna sia un'occasione sfidante, soprattutto per i **Collaboratori**, per vivere la quotidianità in modo più proattivo, nella consapevolezza di far parte di una “Squadra vincente”.

I Collaboratori che otterranno le migliori performance saranno premiati con un evento formativo loro dedicato. Abbiamo il piacere di anticiparvi che la cornice scelta per questa occasione sarà quella di **Taormina**, che saprà incantarvi con i suoi panorami.

In bocca al lupo e buon lavoro!



la voce dell'Agenzia



Giugno 2011. Con il nuovo ciclo di incontri del management Liguria con le migliori Agenzie è nata l'idea di creare un canale per condividere iniziative e proposte. Il nuovo progetto di comunicazione si chiama “SHANGRI LA 2011”. Tramite questo canale sarà possibile dialogare con la Direzione e scambiare informazioni e suggerimenti utili da condividere con i colleghi.

Ecco i primi suggerimenti di Angelo Breglia, membro del Direttivo GAL e Agente Liguria.

“In occasione della trattativa RC Auto può essere utile mettere in risalto le differenze tra i prodotti per evidenziare la varietà di garanzie prestate, sfatando il luogo comune per cui “le polizze sono tutte uguali”. Non è così! Non c'è una polizza uguale all'altra! Ciò serve per far capire ai nostri Clienti che non è il prezzo l'unico elemento che giustifica la scelta di una polizza. Dunque evidenziamo non tanto le differenze specifiche, ma piuttosto la gamma dei prodotti e la difficoltà di operare una scelta corretta senza le giuste competenze.

Solo un professionista competente e responsabile può aiutare il consumatore a scegliere il prodotto più idoneo alle proprie esigenze. Investire nella conoscenza dei prodotti, delle loro differenze e specificità è oggi un vantaggio competitivo, un motivo per essere preferiti, un'opportunità per costruire giuste relazioni con il Cliente”.

Per approfondimenti visitate il sito Internet dell'Agenzia 801 - “Parma Centro” nella sezione “L'angolo del consumatore”, dove Breglia mette a disposizione lo studio da lui realizzato sulle rivalse nelle polizze RC Auto delle maggiori compagnie assicurative.