

A Giornale delle ssicurazioni

Polizze alle Imprese

STEFFANO GROUP

**Strategie commerciali per
le piccole e medie aziende**

Steffano Group: strategie commerciali per le Pmi

Sotto un brand specifico la casa di brokeraggio milanese lancia una serie di prodotti per le piccole e medie aziende. A queste condizioni....

LUCA SILVESTRINI

Assipmi è un marchio lanciato un paio di anni fa da Asabroker Steffano Group, azienda di brokeraggio, di cui è responsabile **Attilio Steffano**. Il target, come ben specifica il nome, sono le micro e piccole imprese industriali, artigiane, commerciali. L'offerta di Assipmi infatti comprende, oltre alle classiche polizze dedicate alle imprese, soluzioni di vario tipo, come Rc prodotti, all risk, tutela legale, assicurazioni sanitarie e infortuni, Tfm amministratori, D&O, trasporti, coperture fideiussorie, conferimento del Tfr dipendenti.

Il gruppo, che ha chiuso il 2006 con un incremento delle provvigioni superiore al 25% passando dagli 1,153 milioni del 2005 agli 1,4 milioni con un portafoglio premi di 12 milioni, è specializzato nella malpractice medica. Il brand più importante di Steffano Group è, infatti, Assimedici, che ha raccolto oltre 20.000 polizze di responsabilità professionale. «Assimedici è la nostra area di riferimento per il mercato assicurativo e rappresenta l'80% del nostro business», conferma Steffano. «Questo non vuol dire che gli altri brand (oltre a Assipmi, sono Assiprofessionisti e Assicondomini) siano trascurati. Anzi, Asabroker Steffano Group punta su queste nuove aree per incrementare la propria crescita. In che modo la casa di brokeraggio milanese ha aggredito questo segmento di mercato? E quali progetti ha per il futuro? Il *Giornale delle Assicurazioni* lo ha chiesto a Steffano.

Domanda. Perché Asabro-

ker Steffano Group ha aperto nel 2005 una nuova sezione dedicata alle piccole e medie imprese?

Risposta. In realtà Asabroker Steffano Group, che affonda le sue origini nel settore assicurativo dal 1928, si è sempre occupata del mondo delle piccole e medie imprese. Nel 2005 è stato individuato, anche per necessità aziendali e di riconoscibilità sul mercato un brand specifico, Assipmi appunto. Ma già a partire dagli anni Settanta avevamo cercato di offrire un servizio assicurativo personalizzato per le piccole e medie imprese, che spesso si sono trovate di fronte a prodotti standardizzati e vincolanti, al pari di quello previsto da molti broker solo per le grandi imprese.

D. Il motivo dell'interesse verso questo segmento di mercato

è dovuto al fatto che si tratta di un target trascurato e quindi con forte potenziale di crescita?

R. Il segmento delle Pmi in campo assicurativo è stato spesso caratterizzato da offerte di polizze gestite da agenzie con soluzioni standardizzate

ANALISI E REVISIONE

«Assipmi fornisce un servizio di analisi e revisione dei contratti assicurativi non per vendere nuove coperture ma con lo scopo di conseguire risparmi per l'azienda cliente», dice Attilio Steffano, amministratore dell'omonimo gruppo di brokeraggio.



dalla compagnia di appartenenza senza una reale mappatura del rischio dall'interno dell'azienda-cliente. Le polizze poi avevano anche durate decennali. Questo ha portato a coperture più di facciata che di sostanza, con massimali inadeguati e contratti non in grado di seguire l'evoluzione dell'azienda. La facoltà di recesso da parte degli assicurati, introdotta con la Bersani bis, pone fine a una situazione «cristallizzata» e permette al broker di svolgere al meglio la sua funzione di «sarto» che confeziona soluzioni su misura per il cliente.

D. Negli ultimi tempi, le sembra che la coscienza assicurativa dei piccoli imprenditori sia cresciuta oppure tutto è rimasto come prima?

R. Di fronte a nuovi scenari di mercato, dove la concorrenza è elevata, la globalizzazione è imperante e i margini di utile si sono drasticamente ridotti, il risparmio, anche minimo, rappresenta per l'impresa, soprattutto se di piccole e medie dimensioni, un potenziale di crescita rispetto ai competitor. Ne discende la necessità di avere consulenti specializzati per tutte quelle attività che non rientrano nel core business dell'azienda. Infatti, se la grande impresa può permettersi di portare all'interno delle sue strutture aziendali funzioni accessorie, ma comunque importanti, per la propria attività, il piccolo e medio imprenditore non può farsi carico dei costi di ulteriori figure professionali per la gestione del rischio. La figura del broker può permettere al piccolo imprenditore di realizzare un piano di gestione dei rischi e di portarlo avanti così come fanno le grandi realtà industriali. Si può affermare, comunque, che la mentalità di chi guida una piccola o media impresa è cambiata, sulla spinta soprattutto di una realtà così complessa e veloce dove solo l'efficienza e la specializzazione portano a una stabilità di lungo periodo.

D. Insomma, lei sostiene che ormai non si considera più l'assicurazione solo un costo ma uno strumento per lo sviluppo, o per lo meno per la stabilità aziendale, soprattutto a causa della internazionalizzazione...

R. È indubbio che la sensibilità dell'imprenditore verso le coperture assi-



AL TIMONE
Nella conduzione di Assipmi, Attilio Stefano è coadiuvato da Ottorino Tagliabue (a sinistra), responsabile commerciale, e Cesare Zucchelli, coordinatore della rete dei consulenti.

curative si sia evoluta: nuovi potenziali rischi sono apparsi all'orizzonte e l'accelerazione dei processi produttivi non permette passi falsi. Fermarsi anche per brevi periodi o essere coinvolti in cause dagli esiti imprevedibili può risultare letale per un'azienda. Possiamo dire che anche se la strada è ancora lunga, l'atavico fatalismo mediterraneo sta lentamente stemperandosi verso una più consapevole gestione degli imprevisti.

D. Quali sono i vostri clienti tipo? Appartengono a un settore specifico?

R. Il target dei nostri clienti è proporzionale e in linea con la composizione delle Pmi del mercato italiano ed europeo. La maggior parte dei nostri clienti sono infatti costituiti da microimprese caratterizzate da meno di dieci dipendenti, fatturato annuo e totale di bilancio inferiore o al massimo pari a 2 milioni. Un'altra buona fetta è rappresentata dalle piccole, costituite tra i dieci e i 49 dipendenti e fatturato annuale e totale di bilancio pari al massimo a 10 milioni. Non appartengono a un settore specifico, e vi è un'alta differenziazione delle tipologie e di conseguenza anche delle necessità.

D. Ho visto che il risparmio è uno degli elementi su cui puntate: quali costi hanno le vostre coperture rispetto a quelle medie del mercato? La consulenza è compresa nel costo generale della polizza?

R. Assipmi fornisce un servizio di analisi e revisione dei contratti assicurativi non per vendere nuove copertu-

re ma con lo scopo di conseguire risparmi per l'azienda-cliente. Il compenso del lavoro di revisione sarà proporzionale al risparmio ottenuto dal cliente nella revisione dei con-

tratti in corso per la riduzione effettiva dei costi assicurativi. Prendiamo, tanto per fare un esempio, un'azienda tipo che spende oggi 10 mila euro per i propri contratti assicurativi. Assipmi effettua un'analisi preventiva dei contratti che si concretizza nel rapporto di revisione, che contiene il piano assicurativo, le modalità per conseguire i risparmi e la loro quantificazione. Supponendo un progetto finale che propone contratti con analoghe coperture per un ammontare di spesa pari a 7.000 euro avremmo ottenuto un risparmio di 3.000; il compenso di Assipmi per il lavoro di analisi sarà una percentuale di questa cifra. Il cliente imprenditore non avrà mai costi aggiuntivi dal nostro lavoro. In sostanza, il compenso di Assipmi è basato solo su una parte dei risparmi ottenuti dal cliente. Successivamente, all'accettazione del rapporto di revisione l'azienda stabilirà, in accordo con Assipmi Stefano Group, la data di implementazione anche parziale del piano assicurativo proposto. Noi assistiamo l'impresa in ogni fase dell'implementazione, presenziando anche alle perizie e ai sopralluoghi richiesti con i tecnici delle compagnie.

D. Quante sono le persone che si occupano di Assipmi?

R. Oltre a me che ricopro il ruolo di amministratore e a Ottorino Tagliabue, responsabile commerciale di Stefano Group, Assipmi si compone di un coordinatore della rete dei consulenti, Cesare Zucchelli, dieci account sul territorio e tre analisti specializzati nella valutazione e quotazione del rischio. □

