

Oggi Unipol presenta il piano triennale di sviluppo dei suoi servizi assicurativi e per il risparmio

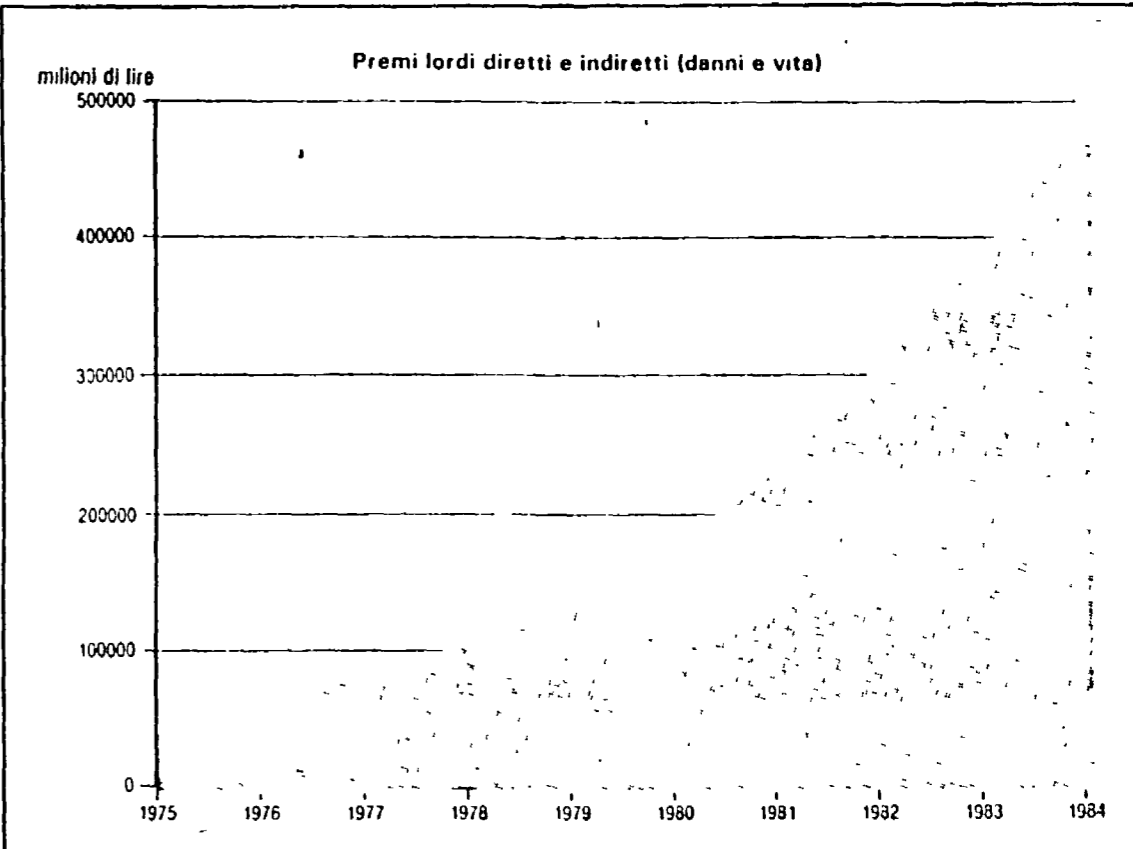
Famiglia ed impresa trovano un terreno d'interessi comuni

L'assemblea della Compagnia che si apre oggi a Bologna fa il punto di una esperienza nuova non solo per il mondo finanziario ma anche per le organizzazioni economiche dei lavoratori e dei piccoli imprenditori che trovano in Unipol lo strumento per realizzare una autonoma politica del risparmio e degli investimenti

A fronte dei cambiamenti in atto nel mercato finanziario e bancario ed ai nuovi problemi della previdenza integrativa e del ramo vita l'attività assicurativa in senso stretto e quella finanziaria delle compagnie, sono destinate ad intrecciarsi in modo crescente. Si tratta di un aspetto che dobbiamo cogliere e approfondire anche in Unipol, superando separazioni che non ci aiutano a ritrovare tutte le potenzialità presenti nella nuova situazione, sia sul piano produttivo, sia su quello per noi fondamentale, dei nuovi servizi e prodotti che possiamo mettere a disposizione dei nostri utenti e dei nostri soci.

In direzione dello sviluppo economico e sociale del paese, e più in particolare verso lo sviluppo dell'economia cooperativa e associativa delle organizzazioni sociali, allo sviluppo delle stesse organizzazioni e agli investimenti degli enti locali.
3) migliorare il rapporto patrimonio netto-premi, per lo sostanzialmente rafforzato nel precedente triennio, che nelle nuove prospettive viene ad assumere una valenza strategica di notevole rilievo.
La realizzazione di questo complesso di obiettivi richiede fra l'altro un consistente aumento del capitale proprio che è passato dai 21 miliardi dell'81 agli 81 dell'84 e dovrebbe raggiungere una quota minima di 144 miliardi per il 1987.

Si sta aprendo nel paese una nuova stagione di confronto fra forze imprenditoriali e sindacato. Un confronto che trova da un lato una maggior certezza per quanto riguarda gli equilibri di governo e dall'altro una nuova spinta all'unità nel mondo sindacale.
Da temi urgenti del costo del lavoro sul tappeto oggi, occorrerà rapidamente passare alle questioni essenziali che riguardano la democrazia d'impresa e il ruolo democratico della forza lavoro nell'ambito di un sistema industriale proiettato oltre gli anni 90.
Un tema questo che da sempre ha visto attento e protagonista il movimento cooperativo e all'interno di questo Unipol, un'azienda originale del movimento democratico e nella quale le questioni della partecipazione e della democrazia d'impresa diventano i temi essenziali per il suo sviluppo.
Una società per azioni come l'Unipol i cui soci sono le cooperative, i sindacati e alcune associazioni professionali può essere concretamente, senza rischiare



per evitare che essa resti passiva esecuzione o che diventi negativa integrazione subalterna. Partendo da queste convinzioni, pur con i dubbi limitati causati dalla sovrapposizione di tanti fattori di cambiamento a livello generale e collettivo, ma anche a livello quotidiano individuale, abbiamo cercato di cogliere questi obiettivi anche in questa elaborazione del piano triennale 1985-87.
Tramite momenti generali di informazione e di consultazione del sindacato, dei quadri e di un'ampia area di lavoratori; con gli agenti, con le rappresentanze

In agenzia c'è il computer ma anche un serio consulente

Non è certo poco lo sforzo che si richiede agli agenti della Unipol con questo piano triennale che abbraccia gli anni dal 1985 al 1987. La 3ª Conferenza di Programmazione sarà certamente il punto di arrivo di un dibattito già avviato per definire i termini dello sviluppo, le forze da mettere in campo, le energie necessarie perché concretamente si attuino i programmi e si creino le condizioni per una ulteriore affermazione della compagnia Unipol nel mercato assicurativo italiano. Le agenzie Unipol sono esse private o societarie, sono coscienti che l'impegno che si chiede loro non è certo da poco e che i risultati da conseguire sono senz'altro più difficili rispetto al passato.
Concorrenza più agguerrita, concentrazioni di compagnie che possono condizionare il libero mercato, l'impegno in Italia delle compagnie straniere, nuove figure professionali come i broker che ormai si avvicinano anche al mercato delle medie imprese, accordi tra importanti banche e primarie compagnie di assicurazione sono tutti questi i fattori nuovi o più organizzati con cui sarà necessario confrontarsi.
Ci rendiamo conto che dovremo ulteriormente attrezzarci per far fronte al nuovo che ci sta davanti, alle opportunità di lavoro che si prospettano nel settore della previdenza integrativa, al collocamento dei nuovi prodotti finanziari ad alto rendimento che come Agenti Unipol venderemo a seguito dell'accordo con il Banco di Roma. Nuove specializzazioni, nuove figure professionali all'interno delle nostre agenzie, nuovi servizi di consulenza, assistenza e tutela della clientela si renderanno indispensabili per far fronte ai bisogni reali dell'utenza. Un ulteriore salto di qualità quindi si prospetta per meglio essere protagonisti nel mercato e cogliere tutte le opportunità.
Saremo capaci di fare ciò grazie anche allo sforzo verso l'innovazione tecnologica che ormai sta per diventare un fatto concreto per l'intera rete agenziale con l'introduzione generalizzata dei moderni strumenti informatici e con l'apportamento di nuovi prodotti assicurativi sempre più in grado di dare risposte adeguate al mercato di ogni singola realtà agenziale. Certo l'innovazione del prodotto, il suo adattarsi alle specifiche realtà territoriali, la capacità di dare risposte alle diverse possibilità assicurative, sarà uno dei terreni dove di più dovrà impegnarsi la compagnia, per mantenere anche in questo ambito quella peculiarità e quella diversità che è uno dei suoi motivi di successo.

Nell'attesa di questa modifica di legge si sta studiando un progetto per l'eventuale emissione di azioni privilegiate. Attraverso il complesso di strumenti e di politiche a cui si sta lavorando vorremmo che l'Unipol e le strutture finanziarie che con essa operano e cooperano, fossero viste come un'entità insieme che all'obiettivo di incassare, accompagna quello di erogare finanziamenti e di potenziare una attività finanziaria rivolta al soddisfacimento dei bisogni di investimenti delle famiglie e delle imprese; in grado di concorrere con efficacia a uno sviluppo moderno e innovativo dell'economia cooperativa e autogestita, della piccola e media impresa singola o associata, di moderni servizi civili per le comunità locali, per aumentare la produzione, i servizi, la ricchezza sociale e soprattutto l'occupazione.
Si tratta in sostanza di dare il massimo di concretezza possibile a valori di fondo di ogni società civile: i valori della sicurezza, della previdenza, del risparmio, del lavoro assieme, della crescita economica e sociale di tutti e di ciascuno.

Le radici nel mondo produttivo

Gli obiettivi del Piano triennale trovano una verifica in uno «scambio» continuo e vitale con i più differenti strati del mondo produttivo - I CRU (Comitati Regionali Unipol) ne sono una espressione peculiare e moderna

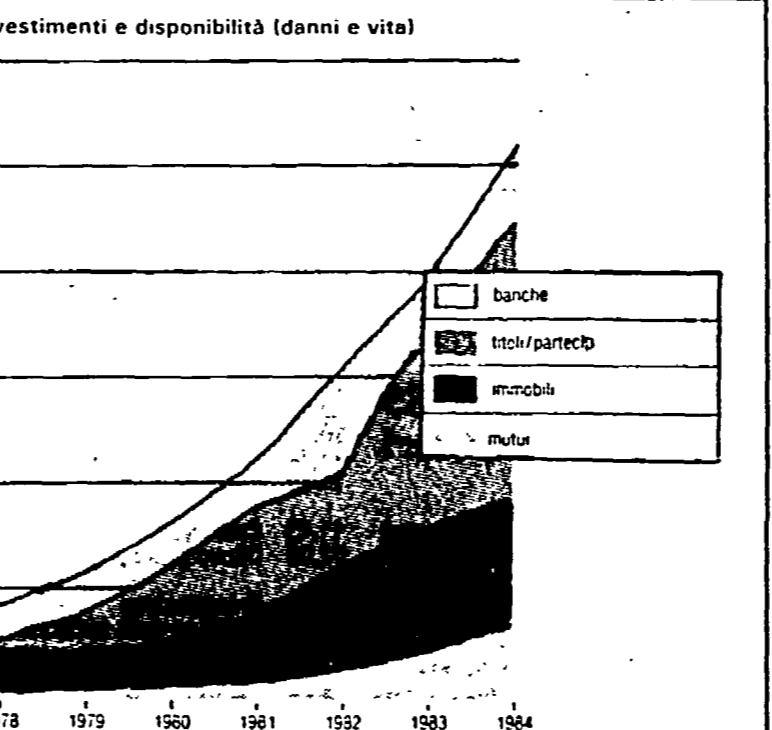
Una degli obiettivi prioritari del prossimo piano triennale della Unipol è quello di rendere il proprio servizio assicurativo sempre più moderno e competitivo verso i reali bisogni dell'utenza.
Per concretizzare tale volontà pensiamo di:
— realizzare le forme più idonee a garantire un servizio di informazione, di consulenza, di assistenza e di tutela alla clientela, non solo relativamente a tutti i prodotti offerti ma anche in funzione delle diverse caratteristiche e bisogni dell'utenza stessa;
— affinare al massimo le tecniche di liquidazione dei sinistri

previdenza pubblica un sistema di previdenza integrativa in grado di garantire un avvenire più sereno e meno turbolento a chi ha lavorato. Ancor oggi malgrado da più parti si pensino di istituire la previdenza pubblica con quella privata, Unipol mantiene questa sua posizione (di previdenza integrativa) in sintonia con gli interessi generali dei propri associati, che sono espressi dalle organizzazioni dei lavoratori dipendenti e autonomi che li rappresentano.
Pertanto con l'evoluzione dello scenario esterno, si evolve anche il ruolo dell'azienda che rinnova il proprio modo di essere strumento finanziario. In sostanza Unipol intende partecipare insieme alle organizzazioni sociali alla costruzione di nuovi strumenti assicurativi e finanziari.
Per realizzare tutto questo, Unipol, oltre alle efficienti politiche tecniche, commerciali e gestionali, dispone (unica compagnia italiana ed europea, anche tra quelle legate alle economie sociali) di un rapporto diretto ed immediato con i propri assicurati e gli utenti attraverso i Consigli regionali Unipol (CRU).
Il Consiglio Regionale Unipol è un organismo di rappresentanza e di promozione dell'Unipol nella regione. Per la natura delle forze che lo compongono è un organismo di difesa politica dell'utenza. Tale organismo partecipa, attraverso la forma della consultazione alla vita e alle politiche dell'impresa, sia a livello nazionale che regionale. Ed essendo un organismo di rappresentanza e di promozione non assolve ai compiti istituzionali che sono propri del Consiglio di amministrazione (dove siedono anche gli rappresentanti dei soci dell'azienda)

Nuove polizze Offerta sempre più su misura dell'assicurato

Attraverso la politica di piano che in questi anni si è andata affermando e consolidando come metodo di gestione programmata e controllata, l'Unipol assume come indirizzo e strategia l'innovazione in tutte le variabili aziendali. Ciò come condizione necessaria, coerente e funzionale con gli obiettivi di miglioramento del servizio all'utenza e di rafforzamento della quota di mercato.
In questo contesto assume una grande importanza il prodotto assicurativo come mezzo necessario, efficace e competitivo, nel campo vasto e in continua evoluzione della copertura dei rischi, che tende sempre di più ad allargarsi al comparto del risparmio e della previdenza integrativa. È necessario confermare, migliorare ed estendere anche negli enti pubblici, la realizzazione di linee di prodotto chiare e complete per segmenti di mercato, già positivamente sperimentate nel corso degli ultimi due anni, con le polizze Modular, Agrinova, Unicassa. Prodotti che, oltre ad essere costruiti nel rispetto rigoroso di basi tecniche di equilibrio, debbono caratterizzarsi sempre di più per flessibilità, adattabilità a soluzioni diverse e personalizzate, favorendo così una politica assuntiva più articolata sul territorio in funzione degli andamenti tecnici e dei bisogni degli utenti.
In questo sforzo di adeguamento e di costruzione di nuove linee di prodotto, sarà decisivo poter contare, sia sulla conoscenza continua dei comportamenti della concorrenza nazionale ed internazionale, sia sulla partecipazione e sul contributo, in rappresentanza dell'utenza, delle organizzazioni e degli agenti, per elaborare prodotti veramente nuovi e necessari e per presentarli nel modo migliore, più sollecito e chiaro possibile l'offerta all'assicurato. Disporre di un buon prodotto è necessario per il nostro lavoro, ma non basta, anche perché la concorrenza tenderà a spostarsi sempre di più sul terreno della qualità del servizio.
Prevarrà chi sarà in grado di dare risposte migliori e rapide sul piano della consulenza, della specializzazione, della copertura dei bisogni di sicurezza e di previdenza, della velocità e correttezza nella liquidazione dei sinistri, sul piano dei costi e della organizzazione sul territorio. La rete distributiva impiantata su un sistema di agenzie private e societarie presenti su tutto il territorio, capaci di adeguarsi rapidamente al cambiamento, ha un ruolo centrale nei pro-

grammi e negli obiettivi di sviluppo dell'Unipol. L'agenzia — come momento di decentramento della compagnia finalizzato alla raccolta dei premi in una logica di servizio da prestare sempre di più con maggior attenzione, tempestività ed efficacia all'utenza — è e rimane uno strumento valido ed essenziale per lo sviluppo della compagnia. Ma è altrettanto necessario affermare che la crescita e la forza acquisita in questi anni dalla rete agenziale è sì importante, ma non è sufficiente per affrontare l'innovazione e il cambiamento di un futuro che anche per l'Unipol è già cominciato.
Da qui l'esigenza di lavorare ed investire (in uomini, in formazione e in tecnologie) per costruire una rete distributiva — articolata e potenziata su tutto il territorio nazionale — moderna e rinnovata nella gestione; nella crescita professionale, nella specializzazione, capace di operare sotto il segno del cambiamento e del rinnovamento per cogliere le opportunità nuove e le potenzialità del mercato assicurativo e per migliorare il servizio all'utenza.
Vitaliano Neri amministratore delegato



Rapporti con l'utenza Conoscere i bisogni reali per attuare i fini sociali

L'obiettivo che vogliamo conseguire con questa nostra 3ª Conferenza di Programmazione «l'Unipol verso gli anni 90» è quello di definire in una prospettiva a medio termine il programma strategico della nostra impresa e di organizzarla in vista di certi obiettivi.
In particolare, nel nostro caso, si tratta: di ripensare in termini innovativi e coraggiosi non solo alle innovazioni di processo che pure sono indispensabili, ma soprattutto alle innovazioni di servizio idonee a cogliere e soddisfare sempre meglio i nuovi bisogni della società in continua e sempre più dinamica evoluzione; di operare coerentemente alle nostre origini, alla nostra storia e alla nostra cultura, così da recuperare la nostra «diversità» e il nostro radicamento nella società civile; di conciliare la mutualità e di solidarietà sociale che furono all'origine dell'istituto assicurativo e che possono contribuire oggi più di ieri a salvaguardare e migliorare il benessere dei cittadini; di realizzare il miglioramento qualitativo delle attività in corso: i prodotti, il sistema dei prezzi e delle tariffe, la qualificazione del personale, gli investimenti.
Per elaborare così la nostra programmazione e quindi il nostro Piano aziendale, formalizzato e quantificato, riteniamo vadano presi in considerazione:
1) quali siano i bisogni reali dell'utenza e quale la domanda di sicurezza e previdenza cercando di prevenire i problemi dell'offerta futura di assicurazione;
2) le condizioni economiche e politico-sociali in settori e in aree geografiche ben individuate, che condizionano l'attività assicurativa;
3) la cultura e la vocazione dell'azienda;
4) la situazione concorrenziale del mercato;
5) gli strumenti e le azioni necessarie per la realizzazione del piano.
Non entrò nel merito di ciascuno di questi punti, voglio sottolineare in maniera particolare che una risposta adeguata ai nuovi bisogni debba passare dalla vendita di prodotti (polizze) assicurativi sempre più giusti, chiari e costruiti per non deludere l'attesa dell'assicurato, a sistemi integrati di servizi per aree ben definite di bisogni e che debbano fornire all'utente oltre al risarcimento equo e tempestivo in caso di sinistro (alle cose o alle persone) anche altre prestazioni: l'informazione adeguata e chiara sui reciproci diritti e doveri, consulenza sulla prevenzione dei furti, dell'incendio, degli infortuni, dei danni della circolazione stradale e della sicurezza dei veicoli, elaborazione di programmi assicurativi di previdenza e risparmio, fornitura di servizi diretti di assistenza ed altro.
Relativamente poi alla cultura ed alla vocazione dell'Unipol occorre rinfocare le iniziative, che, nel settore dell'assicurazione obbligatoria della R.C.A. e della moralizzazione del mercato, la caratterizzano e la qualificano tutta l'area Unipol che facendo parte del sistema delle imprese dell'economia sociale è in grado di essere proponente per una migliore regolazione dei rapporti tra assicuratore ed utenza: dal tema della durata dei contratti di assicurazione che quando sono a lunga scadenza potrebbero essere pesantemente penalizzati per l'assicurato, al superamento delle clausole onerose, dalla predeterminazione pattizia dei tempi del pagamento dei sinistri alla professionalità e correttezza degli addetti sia nella fase assuntiva che in quella penale e liquidativa.
In sostanza con questi nostri lavori vogliamo impegnare in un contesto di ampia partecipazione tutti i livelli dell'organizzazione nella consapevolezza e nella convinzione che siamo fortemente motivati a migliorare il nostro servizio verso gli assicurati.
Gli assicurati dovranno diventare soggetti attivi nello sviluppo della compagnia e l'Unipol è impegnata a ricercare mezzi, strumenti e occasioni per rendere reale e permanente questo obiettivo.
Domenico E. Panarelli direttore centrale tecnico

Liquidazione danni Anche tempo e qualità dei servizi sono denaro

Il mercato è in espansione, crescono le esigenze e la consapevolezza dell'utenza, ma cresce anche la concorrenza sul piano dell'innovazione, dell'organizzazione, dei prodotti ma anche della concorrenza dei mezzi e delle risorse. Per reggere questo confronto occorrono idee ed investimenti. Quando parliamo di imprenditorialità e professionalità parliamo di queste cose e tutti — nessuno escluso — è necessario portino il loro contributo.
Due questioni vanno affrontate con determinazione: la questione della rete produttiva e quella dei prodotti e quindi delle politiche assuntive. La nostra rete commerciale è costituita da un tessuto fitto e forte di agenzie la cui professionalità e capacità produttiva media può essere considerata soddisfacente, anche se è sempre presente l'esigenza di un ulteriore adeguamento e qualificazione. Anche la rete sub-agenzia, imperniata sul rapporto con l'utenza e impostata sul servizio, ha dato e continuerà a dare buoni risultati. Siamo invece più deboli sul piano della struttura produttiva vera e propria. Occorre colmare rapidamente questa lacuna. Lo sviluppo dei prodotti vita, dei prodotti finanziari e delle altre convenzioni con le organizzazioni sul terreno del servizio e della consulenza, necessitano una risposta rapida ed efficace soprattutto sul terreno dell'organizzazione di vendita. Su questo punto abbiamo elaborato un progetto in merito al quale l'impresa è forte-

Ivano Sacchetti direttore centrale commerciale e marketing