



new
IMC MAGAZINE #1

CARE HOLDING SCOMMETTE SUL VITA E PUNTA SU CARE BROKER

19 marzo 2012 - 16:02



Forte di un fatturato in crescita del 103%, il gruppo presieduto da Claudio Boso intende aumentare il numero dei cosiddetti family broker.

«Un nuovo modo di fare assicurazioni, attraverso la diffusione di una cultura di gestione innovativa del denaro nelle famiglie italiane». Si potrebbe sintetizzare in questo modo quella che è la mission di Care Holding spa. E, a guardare i numeri del fatturato 2011 (+103%) sembra che la strada intrapresa dalla holding nata nel 2010 sia quella giusta. Il gruppo Care Holding (nella foto sotto, la sede di Villafranca di Verona) è costituito da **Care Financial** (agenzia iscritta alla sezione lettera a del Rui), divisione assicurativa composta da consulenti denominati *financial planner* specializzati nella rilevazione del gap previdenziale; da **Care Evolution**, la divisione che eroga formazione manageriale e di crescita professionale, e dall'ultima nata (è infatti operativa da gennaio del 2012) **Care**

Broker, composta dai cosiddetti *family broker* (iscritti alla sezione lettera e del Rui), che hanno l'obiettivo di riordinare i contratti assicurativi dei clienti, individuando le aree da proteggere.

Intermedia Channel ha voluto conoscere meglio questa nuova realtà del mercato assicurativo italiano, con una intervista a **Claudio Boso** (nella foto sopra), presidente del gruppo Care Holding spa. Ecco che cosa è emerso.

Domanda. Siete soddisfatti dei risultati registrati nel 2011?

Risposta. Direi proprio di sì, visti i tempi che corrono. Il fatturato è aumentato del 103%, grazie ai circa due milioni e mezzo di raccolta. Tenga presente che la nostra è una tipologia di clientela piuttosto familiare e che il nostro business è incentrato sul ramo vita. Siamo felici anche perché sin dall'inizio abbiamo cercato di dare un messaggio chiaro e forte al mercato e cioè puntare a un nuovo modo di fare assicurazioni.

D. Nel 2011 i risultati sono stati prodotti in particolare da Care Financial. Come funziona e quali sono le caratteristiche principali dell'agenzia assicurativa?

R. La struttura è costituita da circa 220 *financial planner* che hanno l'obiettivo di svolgere un lavoro di analisi dei bisogni previdenziali del cliente e, attraverso una verifica gratuita e personalizzata della sua situazione, elaborano mediante uno specifico software di calcolo, una proposta dettagliata e adeguata alle sue esigenze. I *financial planner* sono professionisti preparati, a cui erogiamo formazione in aula e a distanza, e a cui si accede dopo un iter molto selettivo.

D. Quale è il vostro prodotto di punta?

R. Quello creato in esclusiva per noi da Ergo Previdenza denominato *PianifiCare* (prevede un capitale assicurato che si rivaluta annualmente aumentato di un bonus oppure una conversione in rendita vitalizia, e tre diverse prestazioni facoltative per la tutela dell'assicurato e dei suoi familiari, ndr) e che due mesi fa è stato rivisto (*PianifiCare 2.0*). Si tratta di un contratto di assicurazione mista a premi annui con rivalutazione del premio, del capitale e terminal bonus, con possibilità di avere delle garanzie accessorie in caso di premorienza e di invalidità. Insomma è un prodotto molto semplice. Del resto i clienti, in questo momento, cercano polizze poco strutturate e sicure.

D. A quale tipologia di clientela vi rivolgete?

R. A quella di fascia media. L'importo medio dei nostri contratti (da gennaio 2010 a dicembre 2011 abbiamo siglato accordi con circa 4.000 clienti) si aggira sui 1.300 euro. Non si tratta di cifre elevate...anche se fra i nostri clienti ci sono professionisti.

D. Care Financial è iscritta alla sezione a) del Rui. Quali sono le compagnie che vi hanno conferito il mandato?

R. In questo momento sono Ergo Previdenza, Ergo Assicurazioni, GenialPiù, Das e Tua Assicurazioni.

D. Intendete nel 2012 assumere altri mandati?

R. Stiamo definendo un accordo con Europe Assistance e siamo interessati a valutare nuove partnership.

D. A Care Financial avete affiancato Care Broker. Perché nasce questa nuova realtà e quali obiettivi si propone?

R. Questa nuova società di brokeraggio (di cui è responsabile **Alessandro Lazzari**, ndr) è partita all'inizio di quest'anno con l'obiettivo di fornire a quelli che definiamo family broker un ventaglio di prodotti più completo, in grado di soddisfare le esigenze a 360 gradi dell'assicurato. L'iniziativa nasce anche per fare *recall* su tutti i clienti della rete di Care Financial. In altre parole: con Care Financial proponiamo il vita, con Care Broker altri prodotti.

D. Ma chi sono i family broker e quanti sono?

R. I family broker non sono altro che subagenti, iscritti in sezione e) del Rui, oppure agenti che decidono di diventare subagenti. Attualmente sono 25, ma è nostra intenzione elevare il numero a 100 entro il 2012.

D. Quali caratteristiche deve possedere il family broker?

R. In generale si tratta di intermediari esperti, non neofiti, che dispongono già di un proprio portafoglio. Non conta la dimensione; basta che non siano troppo sbilanciati sulla Rc auto.

D. Oggi molte agenzie lo sono.

R. È vero, ma molti intermediari si stanno rendendo conto che la direzione da seguire è un'altra. Da qui il lancio del nostro *payoff* che si basa su un nuovo modo di fare assicurazioni: creare un orientamento diverso, un modo di lavorare innovativo. La nostra mission è anche quella di orientare questi professionisti sul vita, dove le provvigioni sono alte. Il settore auto lo vediamo più come un prodotto accessorio.

D. Care Broker che cosa offre ai family broker?

R. Siamo in grado di fornire un programma vasto e completo che permette all'intermediario di gestire il pacchetto clienti. Per monitorare e gestire il proprio portafoglio clienti, mettiamo a disposizione un software gestionale per il quale l'azienda ha investito circa 600 mila euro.

D. I business plan di Care Financial e Care Broker che cosa prevedono per il 2012?

R. Per quanto riguarda Care Financial, quest'anno abbiamo pianificato circa tre milioni di raccolta. Le stime relative a Care Broker sono più azzardate: 3.200 clienti in più e quattro milioni di euro di raccolta. L'ottima collaborazione con Ergo ci darà una enorme spinta verso il raggiungimento di questi obiettivi. Intanto, prevediamo di raggiungere già quest'anno la fase di break-even.

D. Puntate molto anche sulla formazione.

R. Sì, e lo facciamo attraverso Care Evolution, che rappresenta il motore dell'intera azienda. Il vero valore aggiunto non è il prodotto che proponiamo all'esterno, ma è la preparazione e la competenza di chi lo commercializza. In altre parole, la consulenza. Una preparazione adeguata aiuta a far chiudere più facilmente i contratti. Sulla formazione l'anno scorso abbiamo investito circa 200 mila euro.

Fabio Sgroi – Direttore Intermedia Channel

