

## A PROPOSITO DI BILANCIO

Gli incontri promossi dal Direttore Generale in tema di Bilancio che hanno visto coinvolti tutti i dipendenti di Cattolica ci offrono l'opportunità di riprendere le nostre considerazioni illustrate su "Il Salvagente - Numero Speciale Bilancio 2003" dell'agosto scorso e riflettere in particolare sulla valenza del settore "Personal Line" giustamente considerato "strategico" dalla la nostra Società:

### 1 - Peso dell'RC auto nella Personal Line:

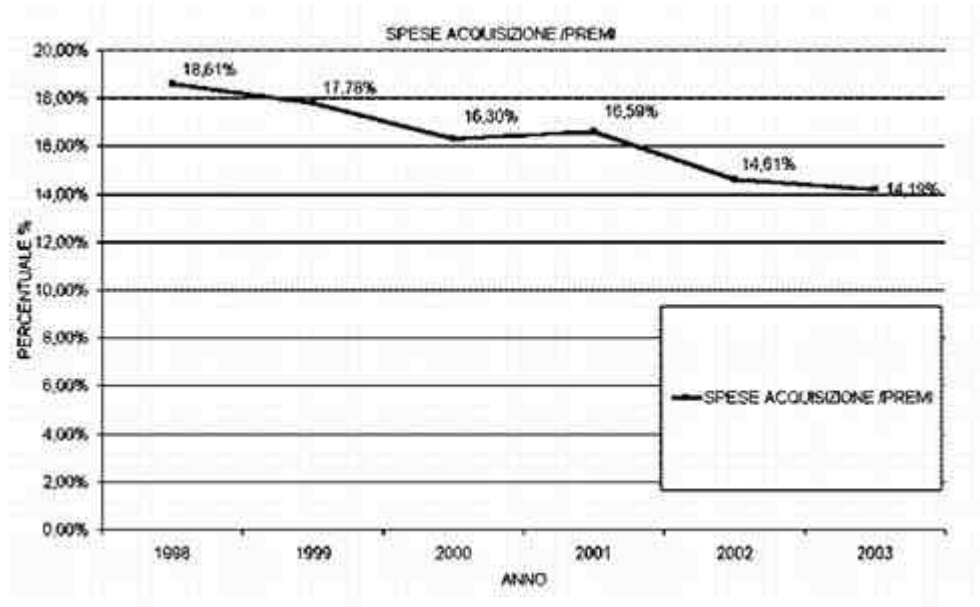
Il portafoglio auto, (RCA, ARD, INFORTUNI DEL CONDUCENTE), rappresenta più di 2/3 del portafoglio danni di Cattolica.

In tale settore esiste la reale possibilità di una prossima inversione di tendenza.

Il Direttore Generale dell'Ania, Dr.Giampaolo Galli, ha manifestato la sua forte preoccupazione (Il Sole 24ore del 22 giugno 2004) in merito alle richieste di riduzione delle tariffe da parte delle associazioni consumatori (tra il 16 e il 20%).

Il comparto Danni di Cattolica continua ad incrementarsi grazie all'attuale politica Commerciale che privilegia nuove agenzie con portafoglio composto prevalentemente dal Ramo Auto.

Analizzando le voci del Bilancio di Cattolica degli ultimi 6 anni, rilevabili nell'Allegato II, si evidenzia un costo per l'acquisizione su premi di bilancio in continua discesa.



La tendenza alla continua riduzione ci porta ad evidenziare almeno due questioni:

- ? Il canale agenziale è ancora il canale privilegiato per l'acquisizione dei rischi danni?
- ? La redditività degli affari per le agenzie non sta forse raggiungendo un livello critico per la remunerabilità stessa del loro lavoro?

Il numero delle agenzie in reggenza sul numero complessivo delle agenzie è in continuo aumento, anche percentualmente, e questo è un ulteriore dato che deve fare riflettere, anche in considerazione dei costi che Cattolica sostiene per l'acquisizione dei portafogli auto.

## 2 - Altri prodotti della Personal Line:

Negli altri comparti Danni rileviamo carenze nella area di completamento della Personal Line; tale difficoltà si evidenzia anche dai flops commerciali dagli ultimi prodotti messi a disposizione della rete distributiva:

- Negli Infortuni gli unici incrementi significativi dell'ultimo anno si registrano nell'ambito dei rischi della circolazione, quindi direttamente collegati all'RC Auto.



- Nelle Malattie si registra una crescita in controtendenza, da ricondursi probabilmente al settore dei Rischi Religiosi.
- Nella RCG i dati dicono che il settore artefice degli incrementi maggiori dell'ultimo anno, con valori prossimi alle tre cifre, è il settore delle Amministrazioni pubbliche, degli ospedali e delle ASL. In questo settore la partecipazione di Cattolica a gare, anche attraverso la nuova Agenzia Speciale, è in forte espansione.

Resta da capire quanto queste scelte abbiano a che fare con la Personal Line e come possano contribuire a produrre un portafoglio omogeneo, redditizio, strategico.

### **Essere la compagnia della Personal Line. ....**

*"...dare preferenza ad un segmento, quello delle persone, per tradizione, sensibilità, cultura e competenze della Società, ma anche per una precisa scelta commerciale. Si è ritenuto che il mercato in cui è possibile competere con maggiore profitto è quello delle persone, delle famiglie, delle piccole e medie attività autonome, artigianali ed agricole. Si è puntato ad acquisire una forte solidità a livello distributivo, fatta di tanti clienti, considerati come il patrimonio fondamentale del Gruppo. Si è quindi fatta una scelta di mercato caratterizzante: essere la compagnia della Personal Line. ...."*

*(Estratto dal Bilancio Sociale 2003 / Identità - Strategia pag.18)*

---

## LEADERSHIP

Nell'ultimo numero (dicembre 2003) di "Crescere Insieme", distribuito a metà agosto, troviamo alcuni interventi che, a partire dall'articolo di fondo, invitano ad alcune osservazioni e riflessioni.

### **"Leadership":**

*" Nella vita non si finisce mai di imparare"* è un saggio modo di dire al quale ci auguriamo si sia ispirata la dirigenza della Capogruppo che, apprendiamo, ha partecipato ad una serie di seminari di aggiornamento sul tema della leadership.

Nell'articolo sono riportate, con efficacia e forza suggestiva, le caratteristiche e le qualità che rendono effettivamente tale un buon capo.

Nulla da eccepire, se non l'amara constatazione della perdurante differenza tra gli enunciati e la realtà aziendale.

Siamo consapevoli che non è così semplice realizzare processi di cambiamento e "...sviluppare qualità di tipo emozionale (motivazione, empatia, assertività, coraggio, autoironia)" ma, per dirla con Aristotele, *"Ciò che dobbiamo imparare a fare, lo impariamo facendolo"*.

**Quale nostro contributo per migliorare le qualità dei managers presenti in azienda, allegato a**

**questo numero troverete il questionario "Valuta chi Ti valuta" che, in forma totalmente anonima, potrete restituirci nell'apposita urna che verrà posizionata nel bancone commessi all'ingresso. Per i colleghi esterni, Vi sarà recapitato in forma di file che potrete stampare e restituire in busta anonima indirizzata alle R.S.A. Cattolica Assicurazioni.**

#### **"Sviluppo ed etica":**

Dell'intervento del Presidente dott. Camadini, per la parte riguardante il tema di rilevante attualità sul rapporto tra etica e sviluppo, condividiamo il passaggio sul Codice etico nel quale si afferma che la sua adozione "...presuppone la piena consapevolezza e il coinvolgimento del sistema di governance del Gruppo."

Elaborare delle regole su comportamenti in sintonia con i valori e la "mission" aziendale, in coerenza con ciò che è etico, è certamente un compito molto delicato ed impegnativo.

Crediamo però che le regole devono essere date non tanto per costringere quanto per indicare, non per reprimere ma per indirizzare.

Se non vogliamo che un così importante atto diventi una chimera o una semplice operazione di facciata, occorre pretendere coerenza, ricordando che *"l'etica, la morale, la tradizione hanno dalla loro il tempo: durano se danno buona prova di sé, altrimenti falliscono e producono danni irreversibili."*

Solleciti ancora la Direzione Generale a presentare il Codice Aziendale nel quale riportare "le norme etico comportamentali e i caratteri fondamentali della cultura del Gruppo" (Bilancio Sociale 2002).

---

## **I RACCONTI DEL MANDARINO**

Molto tempo fa, al centro della fertile pianura della Manciuaria, si era sviluppato un piccolo regno, che nel corso di un secolo era diventato ricchissimo, grazie alla paziente opera dei molti re che si erano succeduti sul trono. Un tempo, gli antichi monarchi non si erano preoccupati di accrescere le dimensioni territoriali, bensì di accumulare grandi ricchezze. I sotterranei del palazzo reale scendevano per otto piani, e tutti stipati di enormi forzieri pieni d'oro; inoltre il reame possedeva sontuosi palazzi sparsi non solo sul suo territorio, ma anche nei regni vicini.

I monarchi che si erano succeduti nel passato pensavano che era meglio rimanere un piccolo, ricchissimo regno, senza darlo a vedere ai più grandi reami vicini, evitando così di stuzzicarne gli appetiti espansionistici.

Quando però venne a mancare il penultimo re, all'interno del regno non si trovò nessuno in grado di sostituirlo, ed il consiglio dei saggi offrì la corona ad un principe proveniente da un lontano regno, in piena decadenza, che accettò con entusiasmo l'offerta, sicuro di poter così soddisfare le sue grandi ambizioni.

Dopo essersi insediato sul trono, il nuovo re si rese conto dell'immensa ricchezza che aveva a disposizione e pensò bene di servirsene per espandere il suo nuovo regno. Egli infatti, al contrario dei suoi predecessori, non voleva rimanere nell'ombra, ma anzi, dimostrare al mondo quanto potesse diventare potente il suo reame. Fino a quel momento, la vita nel regno, sia dei sudditi che dei nobili, era trascorsa molto lenta e tranquilla. La gente non si aspettava grandi soddisfazioni o rapide carriere, ma sapeva che poteva starsene in pace e che c'era da

mangiare per tutti. Con l'avvento del nuovo re, le cose cambiarono radicalmente. Vecchi nobili o capitani furbastrici furono fatti sloggiare, alcuni furono inviati in esilio in lontane ambasciate; solo pochi riuscirono a conservare o accrescere il proprio potere, e furono quelli che godevano l'appoggio della potente casta sacerdotale che da sempre controllava il reame. Anche i sudditi furono scossi da fremiti fino allora sconosciuti. Arrivarono da fuori dei maghi con l'incarico di far apparire ai sudditi convocati nelle piazze, degli scenari mai visti, di fulgidi cammini su strade lastricate d'oro.

Questi maghi usavano per la loro magia una recente invenzione, chiamata polvere pirica con la quale provocavano lampi di luce colorata e nuvole di fumo che accecavano i poveri sudditi facendo loro perdere di vista la realtà. Ad alcuni di loro, forse per stimolare gli altri, fu fatta fare una rapidissima ascesa nei centri del potere, pochi divennero perfino nobili, ma quasi tutti, dopo pochi anni, con accuse pretestuose venivano esautorati dagli incarichi o costretti all'esilio.

In questi anni il regno cominciò ad allargare i suoi confini, con piccole guerre di conquista e stringendo costose alleanze con piccoli regni vicini. Le dimensioni del regno continuavano a crescere, ma le ricchezze accumulate dai predecessori dell'attuale monarca rimanevano le stesse, anzi cominciavano a diminuire per effetto delle spese militari e per l'apparato burocratico che si gonfiava a vista d'occhio.

Naturalmente le spese per la corte e le prebende per i nobili erano destinate ad aumentare continuamente, anche per far vedere ai regni

vicini che la ricchezza continuava a crescere. Si fece sempre più ricorso a formazioni di mercenari per difendere il regno, ed i condottieri, sostituiti molto spesso perché si rivelavano incapaci, erano pagati con somme altissime.

Fu in questa fase che nel regno cominciarono ad accadere fatti strani, riconducibili se non a vera e propria corruzione, a lotte di potere tra i dignitari, senza esclusione di colpi, e sempre a costi altissimi per le finanze del reame.

Cominciarono a girare strane storie come quella di una veloce carrozza a due cavalli, dapprima rubata, poi recuperata, ed infine, dopo essere rimasta dimenticata per oltre un anno nelle regali scuderie, rivenduta a basso prezzo ad un dignitario della corte.

Sempre in questo periodo uscirono dall'ombra personaggi misteriosi, di umili origini, che però sembravano aver acquisito un grande potere. Il caso più clamoroso fu quello di uno dei cocchieri reali: in poco tempo divenne un personaggio importante, tanto che molti ministri e tirapiedi della corte, lo tenevano in gran considerazione e si confidavano con lui, e lui ne approfittava per raccogliere informazioni da passare al suo re. Le malelingue spargevano veleni raccontando che lui era a conoscenza di fatti riservati che non si dovevano sapere in giro, ma in realtà questo "potere riflesso" era sicuramente dovuto a quella contiguità che spesso si crea tra il padrone e il suo aiutante.

Sembra che il re, interrogato in proposito, abbia giustificato il fatto dicendo di aver sentito dire che in un lontano paese dell'occidente, un imperatore aveva nominato senatore il proprio cavallo.

Col passare degli anni, cominciarono a scarseggiare i soldi per ampliare il regno, ed

allora, oltre che ad intaccare l'oro dei sotterranei, il re decise di vendere i palazzi più sontuosi. Fu a questo punto che i sudditi cominciarono a preoccuparsi ed a chiedere spiegazioni.

Nel regno viveva un vecchio saggio ed ascetico, dedito alla meditazione e alla preghiera, tenuto in gran considerazione dalla casta sacerdotale ed a costui il popolo si rivolse per essere tranquillizzato.

Il vecchio saggio convocò il re e chiese spiegazioni circa la crescita a dismisura del territorio del regno, e fu allora che il re espose quello che passò alla storia come il "TEOREMA DELLA PANNA MONTATA". - Vede - disse il re al vecchio saggio - se guardiamo una ciotola di panna, non ci sembrerà una gran cosa da mangiare, ma se la sbattiamo con un mestolo, diventerà panna montata, occuperà due ciotole e ci sembrerà di mangiare il doppio anche se la sostanza rimane sempre quella! Così è il nostro regno, noi sappiamo che è sempre quello ma agli altri sembrerà molto più grande. -

I sudditi accolsero con freddezza la spiegazione anche perché nella loro saggezza popolare non ignoravano che se la panna montata "smonta" diventa acquosa ed immangiabile.


Negli anni seguenti, il timore dei sudditi ebbe i primi riscontri; infatti, il re cominciò a vendere pezzi di territorio, compresi i sudditi che vi abitavano, per costituire piccoli regni guidati dai suoi vassalli.

Il popolo cominciò a temere la disgregazione del regno nel quale avevano fino allora vissuto, e nessuno era in grado di dare spiegazioni chiare su quanto stava accadendo e su come sarebbe andata a finire.

Fu così che la saggezza popolare formulò un nuovo proverbio: "CHI RESTERA' VEDRA'!"

---

Apprendiamo che l'azienda ha recentemente organizzato un corso per alcuni nostri colleghi sul tema: "L'Assertività".

<b>ASSERTIVITÀ</b>	<b>IL CAMMEO</b> 
<b>ALCUNE DEFINIZIONI</b>	
<p>"Un modello di comportamento che aiuta le persone a comunicare con chiarezza e fiducia, bisogni, volontà, sentimenti senza violare le ragioni degli altri, senza subire né aggredire"</p>	<b>Lindenfield</b>
<p>"L'assertività è la capacità di affermare se stessi promuovendo la parità nei rapporti umani ed esercitando i propri diritti senza calpestare quelli degli altri"</p>	<b>Alberti e Emmons</b>