

# IL FUTURO DELL'AGENTE, TRA EVOLUZIONE E PROFESSIONALITÀ

di LAURA SERVIDIO

**NORMATIVA, DIGITAL E FORMAZIONE SONO LE OPPORTUNITÀ CHE GLI AGENTI DOVRANNO SFRUTTARE PER RESTARE COMPETITIVI. SE NE È PARLATO AL CONGRESSO NAZIONALE DI ANAPA RETE IMPRESAGENZIA, DOVE È STATO RICONFERMATO IL DIRETTIVO GUIDATO DA VINCENZO CIRASOLA**

Gestire il cambiamento nel segno dell'evoluzione. Questo il tema del secondo congresso nazionale di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, che si è svolto lo scorso novembre a Roma, alla presenza di **Ivass**, compagnie e istituzioni, e che ha riconfermato (con 152 voti) la presidenza di **Vincenzo Cirasola** e il suo direttivo.

La pressante normativa, l'invadenza del digital e un mercato sempre più sfidante sono stati alla base dei numerosi interventi che si sono avvicendati nel corso della giornata congressuale, dedicata al tema della *Evolution*, sia di Anapa, sia dell'intermediario. "La politica degli agenti è stata sempre in difesa – ha ribadito Cirasola – e questo deve cambiare, rimettendo al centro la figura professionale dell'agente".

## TRA ATTESE E RISULTATI

Il presidente, rimarcando "l'azione propulsiva svolta da Anapa nell'ultimo triennio", ha rivendicato "gli importanti risultati", quali "l'abolizione dell'emendamento sull'abrogazione del tacito rinnovo e la proroga dell'entrata in vigore della Idd. Ma anche la soppressione dell'obbligo di versamento dei premi direttamente sui conti delle imprese, così come della *hard disclosure* e del termine *imparzialità*". Resta invece viva la preoccupazione sulle questioni irrisolte, quali il futuro pensionistico degli intermediari e il rinnovo del contratto nazionale agenti, sul quale la presidente di **Ania**, **Maria Bianca Farina**, si è dichiarata disponibile a "trovare insieme una cornice di riferimento, da sottoporre prima all'**Antitrust**".

## IL SUPPORTO DELLE COMPAGNIE

Secondo Farina il ruolo dell'intermediario evoluto deve partire da "un cambio culturale", che presuppone l'ac-

quisizione di nuove competenze e strumenti (anche digital), e la conoscenza dei nuovi rischi. "Bisogna rafforzare la professionalità multidisciplinare per dare un valore aggiunto", ha affermato Farina, che ha ammesso la ne-

## UNA VISIONE COMUNE

Momento *clou* del congresso è stato il dibattito generale che ha visto il confronto fra coloro che hanno ribadito l'impegno profuso dal direttivo, e chi ha evidenziato "l'abbandono di alcuni rappresentanti ai quali non è stata data la possibilità di esprimere una visione diversa da quella del vertice". A sottolinearlo **Alessandro Lazzaro**, socio-fondatore dell'associazione, che ha ribadito la necessità di mettere da parte le divisioni per identificare un disegno che rimetta al centro i gruppi agenti e preveda "un vero rinnovamento senza il quale non può esserci un grande futuro". A questo riguardo i rappresentanti regionali hanno esortato gli associati ad abbandonare la critica e ad adoperarsi fattivamente sul territorio, perchè il "modo migliore per cambiare è farlo in prima persona", ha sottolineato il vice presidente di Anapa, **Paolo Iurasek**.



**Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia

cessità che le compagnie supportino gli agenti con un percorso formativo che li aiuti a “svolgere in modo nuovo un mestiere prezioso”. A tal fine, l’Ania ha istituito un gruppo di lavoro con i rappresentanti della formazione per far sì che l’aggiornamento “non sia più vissuto come un adempimento di legge, ma come un’importante leva di business”.

Vi sono poi altri due elementi che gli agenti devono iniziare a considerare come opportunità: la normativa e il digital. Sul primo punto, **Stefano De Polis**, segretario generale dell’**Ivass**, ha sottolineato l’aiuto fornito dalla nuova direttiva Idd laddove, ponendo il cliente al centro, richiederà polizze su misura e una consulenza sempre più elevata, incrementando il valore fornito dall’intermediario. Sul digital, Maria Bianca Farina ha fatto notare che il ricorso alla tecnologia cambia il modo di fare assicurazione: non più prodotti, ma servizi sui bisogni complessi e sofisticati. Si sono detti concordi gli agenti, a patto però, ha osservato Cirasola, che la digitalizzazione sia “potenziante attraverso accordi integrativi e strategie comuni con la compagnia”.

## **WELFARE: LO SPAZIO DOVE CRESCERE**

Una maggiore collaborazione con le mandanti viene richiesta anche in tema di welfare: un ramo dal forte potenziale che però stenta a decollare. In Italia si spendono 452 miliardi di euro per pensioni, sanità e assistenza: si stima che, nel 2050, la popolazione over 65 raddoppierà, e si contano 300mila intermediari ogni 76

## **DIRETTIVO RICONFERMATO**

Ad affiancare Vincenzo Cirasola alla presidenza nazionale di Anapa Rete ImpresAgenzia saranno nuovamente i vice presidenti Paolo Iurasek e **Roberto Arena**.

Componenti di diritto in quanto presidenti regionali già eletti nelle singole assemblee sono: **Renzo Di Lizio** (Abruzzo e Molise), **Pasquale Crisci** (Basilicata), **Domenico Cugliari** (Calabria), **Michele Mainolfi** (Campania), **Elena Zambelli** (Emilia Romagna), **Angelo Migliorini** (Friuli Venezia Giulia), **Luigi Giustiniani** (Lazio), **Corrado Sdraffa** (Liguria), **Erik Somaschini** (Lombardia), **Samuele Antinori** (Marche), **Martina Minella** (Piemonte e Valle d’Aosta), **Alessandro Nardilli** (Puglia), **Efisio Nocco** (Sardegna), **Rosario Palermo** (Sicilia), **Cecilia Ceselli** (Toscana), **Roberto Crivellari** (Trentino Alto Adige), **Vincenzo Lamendola** (Umbria) e **Roberto Iannelli** (Veneto).

occupati; tuttavia la penetrazione di questi prodotti è del 16,7% e gli agenti chiedono a gran voce il supporto, sia economico, sia formativo, delle compagnie.

Sul welfare, secondo **Fiammetta Fabris**, amministratore delegato di **UniSalute**, è necessario “operare una clusterizzazione del cliente, per capire i suoi bisogni”, ma soprattutto bisogna “innovare i prodotti ad alto contenuto consulenziale (Ltc) ampliando la gamma di servizi”. L’offerta, ha spiegato **Andrea Mencattini**, amministratore delegato di **Generali Welion**, deve essere “arricchita nei servizi, ma semplificata nei processi”. C’è ancora molto spazio per gli agenti nella pensione complementare, continua l’ad, visto che solo il 4% dei lavoratori ha un piano *Long term care*; i due mercati su cui gli agenti devono puntare, ha sottolineato, sono i lavoratori autonomi e le Pmi, dove vi è un basso livello di copertura, una buona predisposizione a investire e, soprattutto, dove la consulenza è fondamentale. Ed è da qui che deve ripartire il futuro dell’agente, attraverso l’acquisizione di un’elevata professionalità e di tutti quegli strumenti innovativi che gli consentiranno di dare valore alle esigenze del cliente.