

IL RUOLO DEGLI INTERMEDIARI: VENDITORI, PARTNER O IMPRENDITORI?

di FABRIZIO AURILIA

ALLA RICERCA DI UN NUOVO MODELLO CHE INTEGRI PROFESSIONALITÀ, PROPENSIONE COMMERCIALE E CENTRALITÀ DEL CLIENTE. NELLA PRIMA TAVOLA ROTONDA DEL CONVEGNO, TUTTE LE ANIME DEL SETTORE ASSICURATIVO SI SONO CONFRONTATE PER DARE RISPOSTE A INTERROGATIVI VECCHI E NUOVI

La prospettiva di una partnership tra compagnie e intermediari, per rendere il settore assicurativo ancora più solido ed efficace a sostenere Paese e cittadini in questo momento così difficile, non solo è possibile ma è anche auspicabile. È con questo spirito che si è aperto il convegno di **Insurance Connect** sulla distribuzione assicurativa, entrando subito nel vivo della discussione con l'interessante tavola rotonda moderata, come tutto il resto della due giorni di convegno, dal direttore di *Insurance Review*, **Maria Rosa Alaggio**.

L'assicurazione come partner per il Paese: quale ruolo per gli intermediari?, questo il titolo della tavola rotonda, ha cercato di approfondire il complesso rapporto tra il mondo della distribuzione tradizionale, agenti e broker, e i cambiamenti del sistema dell'industria del rischio: tanti gli attori coinvolti, a partire dal regolatore di settore, alle compagnie, alle rappresentanze sindacali e di categoria. Cosa possono fare gli intermediari per il sistema, ma anche cosa possono fare le compagnie in favore delle loro reti, ci si è chiesti.

L'INDUSTRIA ASSICURATIVA VIVE DI FIDUCIA

Se da un lato gli intermediari chiedono più sostegno da parte delle mandanti, dall'altro l'industria rivendica le cose fatte a favore delle reti e insiste sull'importanza di un'intermediazione sempre più agile e moderna, ma anche maggiormente regolata: si pensi alle collaborazioni orizzontali che hanno recentemente subito una stretta regolamentare da parte dell'Autorità.

Stefano De Polis, segretario generale di **Ivass**, ha ri-

cordato come agenti e broker abbiano un ruolo fondamentale per la diffusione di una nuova cultura assicurativa per il Paese: "occorre far capire ai cittadini quanto è importante gestire i rischi e che l'offerta assicurativa è una risposta valida". Secondo De Polis, la rete dev'essere "di prossimità" e se è vero che "non c'è un rischio disintermediazione dirompente", è tuttavia necessario un "adattamento alla nuova realtà".

Una nuova realtà gravata dall'incertezza riguardo l'emergenza sanitaria e dalla crisi economica e sociale. Durante il lockdown le reti sono rimaste un punto di servizio importante, non tanto per nuove polizze ma soprattutto per la vicinanza alle persone. "Idd ha esaltato l'aspetto relazionale – ha sottolineato il segretario generale di Ivass – e l'industria assicurativa vive di fiducia".

SERVE COMPATTEZZA

Le reti, quindi, sono importanti quanto i prodotti, servono però "contratti *fair*", ha spiegato De Polis, in ter-



Maria Rosa Alaggio, direttore di *Insurance Review* e **Stefano De Polis**, segretario generale di **Ivass**



Claudio Demozzi, presidente di Sna

mini di prezzo e garanzie: “polizze realmente adeguate alle esigenze dei clienti”. Le compagnie dovrebbero essere, quindi, più propense ad assumersi i rischi? È certamente un tema che sta emergendo, soprattutto nella riforma delle polizze sanitarie, messe a dura prova dalla pandemia di Covid-19. È quello che chiedono a gran voce anche gli intermediari.

Intanto l’Ania assicura che sta studiando proprio come approcciare e rendere sostenibile per il mercato il rischio pandemico e come adeguare le polizze malattie e infortuni, che preoccupano molto, proprio in relazione alla pandemia. “Occorre però il supporto della vigilanza”, ha spiegato **Umberto Guidoni**, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della **Fondazione Ania**. “Le norme – ha chiarito – non possono essere funzionali ai movimenti sociali e non corrispondere alle regole specifiche del mercato: c’è bisogno di compattezza per tutto il settore”.

DEMOZZI: CI ASPETTIAMO DI PIÙ DALLE COMPAGNIE

Una compattezza che, secondo Guidoni, è stata dimostrata nei confronti degli intermediari. Il mercato assi-



Umberto Guidoni, responsabile della direzione business di Ania e segretario generale della Fondazione Ania



Luigi Viganotti, presidente di Acb

curativo ha avuto “un’attenzione specifica nei confronti delle reti” ma l’Ania, tuttavia, “non aveva il potere di imporre alle compagnie cosa fare perché la rete è e rimane un asset competitivo della singola impresa”, ha specificato il responsabile di Ania.

“L’associazione delle imprese ha effettivamente agito, ma le compagnie non hanno sostenuto economicamente le reti agenziali”, gli ha risposto prontamente **Claudio Demozzi**, presidente di **Sna**. Gli interventi delle singole imprese, secondo il numero uno di Sna, sono stati dei movimenti di cassa, hanno anticipato crediti e posticipato debiti, ma non sono pervenuti contributi economici o alcuna particolare attenzione: “ci aspettavamo qualcosa di ben diverso”, ha chiosato Demozzi. D’altro canto, Sna apprezza che all’agente sia stato riservato un ruolo particolare nella crescita e nell’innovazione del settore assicurativo, ma la partnership dev’essere bilaterale. Di fronte a un mercato danni che appare incapace di crescere, le compagnie sono accusate di non fare abbastanza, di non prendersi i rischi: “una volta era difficile trovare i clienti – ha fatto notare Demozzi –, mentre oggi è più complicato trovare le compagnie che sottoscrivano il rischio”.

GRANDI DIAGNOSI, NESSUNA RISPOSTA

Secondo gli intermediari tradizionali, le compagnie rischiano di trascurare le esigenze basiche della vita quotidiana delle persone, per assicurare minacce in-assicurabili. Ne è convinto **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, quando durante il dibattito ha sottolineato quanto oggi sia essenziale “garantire la base della vita quotidiana”, rimarcando che “la corsa ad assicurare la pandemia” rischia di essere tempo sprecato. “Occorre invece studiare – ha spiegato Cirasola – prodotti con costi più accessibili a tutti. Se è vero che i rami elementari devono crescere, lo è anche che molte polizze non si riescono a vendere, mentre



Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia

altre sono troppo costose, anche se le famiglie italiane dicono di non avere soldi e poi spendono migliaia di euro in smartphone”.

I problemi del mercato sono sempre gli stessi: manca la cultura assicurativa, mentre il risparmio fugge dalla copertura del rischio. Da anni, le grandi diagnosi si accompagnano spesso a nessuna risposta, “tranne chiedere all’agente di contattare più e meglio il cliente”, ha detto Cirasola. “Noi siamo in mezzo tra quello ci chiede Ivass e quello che ci chiedono le compagnie”, ha concluso il presidente di Anapa.

CARTA/DIGITALE: UNA FASE DI TRANSIZIONE

Con oltre 500 siti falsi segnalati, circa 170 da inizio anno, il lavoro di Ivass contro le frodi assicurative online sta mostrando i suoi frutti. Ma la repressione non basta, ha spiegato Stefano De Polis, segretario generale di Ivass. “L’offerta via internet di polizze Rca contraffatte – ha detto – può essere arginata anche grazie al contributo della distribuzione”. La proposta dell’Ivass è che gli intermediari più attivi sulla rete dovrebbero apporre una sorta di sigillo di qualità per aiutare i consumatori a capire quali sono i siti affidabili.

Pertanto vanno accresciute le capacità d’innovazione delle reti, accettando anche le complessità che emergono in questa fase, “un momento di passaggio – ha fatto notare De Polis – che vede una sovrapposizione dell’era della carta a dell’era digitale, una somma di approcci che occorrerà semplificare quando si potrà fare più affidamento sulla dematerializzazione dei documenti, stando attenti alle norme giuridiche e civilistiche”.



Luca Franzi De Luca, presidente di Aiba

UNA CENTRALITÀ PRAGMATICA

Dal punto dei vista dei broker, i quali riferiscono anche l’esperienza di una clientela spesso di alto profilo ed esigente, uno dei problemi principali dell’attuale mercato è l’eccesso di burocrazia nel rapporto tra le anime del comparto. “Se la centralità del cliente deve passare per un approccio burocratico, questa pretesa centralità non farà che allontanare il consumatore ancora di più”, ha fatto notare **Luca Franzi De Luca**, presidente di **Aiba**.

Guardando alle nuove regole licenziate da Ivass, soprattutto gli emendamenti ai Regolamenti 40 e 41, e l’emanazione del Regolamento 45, che ha come oggetto la *Product oversight and governance (Pog)*, queste nuove normative “peggiorano ancora di più la situazione”, ha detto Franzi De Luca, chiedendo contestualmente a Ivass di “immaginare una centralità del cliente in modo più pragmatico”.

NON C’È PROSSIMITÀ SE SCOMPAIONO I PICCOLI

Un’idea lanciata durante il dibattito è quella di un tavolo permanente nel quale discutere delle regole. Lo ha proposto **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**, lamentando come sempre più spesso il broker si trova di fronte a “regole già fatte”: invece occorrerebbe “diventare più pratici, trovando una riforma coerente di tutti i regolamenti”.

Viganotti ha anche lanciato un allarme: si va verso una decimazione degli intermediari sul mercato, cosa che contraddice in realtà l’obiettivo di essere più vicini ai clienti. “Non c’è prossimità – ha ricordato – se i piccoli broker scompaiono. Le associazioni degli intermediari, tutte insieme, dovrebbero lavorare per la categoria dell’intermediazione professionale, superando tutte le differenze e abbattendo gli steccati”, ha concluso.