

ASSICURAZIONI NEL NUOVO PARADIGMA DI MOBILITÀ

di GIACOMO CORVI

COMPAGNIE E INTERMEDIARI ALLE PRESE CON LE NUOVE ABITUDINI DELLA CLIENTELA: STEFANO SARDARA, PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI ACRISURE ITALIA, HA ANALIZZATO LO SCENARIO DI RIFERIMENTO E SOTTOLINEATO LA NECESSITÀ PER L'INTERO MERCATO DI ACCOMPAGNARE L'EVOLUZIONE DEL SETTORE

I modelli di business cambiano perché cambiano le abitudini dei clienti. E così nell'ambito della mobilità, come ha osservato **Stefano Sardara**, presidente e amministratore delegato di **Acrisure Italia**, compagnie e intermediari si trovano a confrontarsi con nuove esigenze e con un paradigma di settore che oggi, per esempio, “non presuppone necessariamente il possesso del veicolo”. Il focus, ha proseguito, “sta progressivamente passando dal mezzo alla persona”. Ed è inevitabile che prima o poi tutto ciò si rifletterà anche sulle logiche del mercato assicurativo. Il processo si prospetta lungo e impegnativo, anche perché non è facile rivoluzionare modelli di business sedimentati in decenni di attività. “Gli operatori di mercato devono gestire portafogli realizzati con le logiche attuali, quindi ci vorrà ancora del tempo prima di vedere qualche cambiamento sostanziale”, ha commentato Sardara. Ma alternative all'orizzonte non se ne vedono. “Dobbiamo rispondere alle esigenze di un mercato che già oggi – ha aggiunto – può prediligere il noleggio a lungo termine al tradizionale acquisto di una vettura”.



Stefano Sardara, presidente e amministratore delegato di Acrisure Italia

IL CONTRIBUTO DEGLI INTERMEDIARI

In questo scenario, secondo l'ad di Acrisure Italia, intermediari e compagnie devono continuare innanzitutto a fare il loro lavoro. “Anche nei momenti di cambiamento è bene che tutti facciano il proprio mestiere”, ha osservato. E dunque, ha aggiunto, “le compagnie devono continuare a essere il soggetto che tiene la penna in mano, quello che assume il rischio ed eventualmente liquida il sinistro”.

Certo è però che agenti e broker possono (e devono) essere parte attiva nel processo di definizione del nuovo paradigma della mobilità. “Deve esserci una tensione positiva in cui l'intermediario, nel pieno rispetto dei ruoli, si assume l'onere di fornire una visione più completa alla compagnia”, ha affermato Sardara. “La nostra società – ha aggiunto – dispone di un team di attuari che ci supporta nella rappresentazione del rischio di un cliente presso il mercato”.

UNA CONCORRENZA SUL SERVIZIO

Intanto però c'è da gestire una dinamica di mercato che risulta ancora fortemente legata al prezzo della polizza. “È una logica che non abbiamo mai condiviso, anche perché non ritengo che possa rivelarsi alla lunga efficace: farlo significa trovare società che seguano la stessa strategia e dunque essere disposti ogni anno a cercare i partner che offrono le condizioni migliori”, ha commentato Sardara. “Preferisco di gran lunga collaborare con società che basano la propria offerta sul servizio reso alla clientela, instaurando un regime di concorrenza focalizzato sulla qualità delle prestazioni per gli assicurati: io sono un intermediario e per instaurare un rapporto di fiducia con il cliente – ha concluso – devo avere la certezza che la compagnia sia presente al momento del sinistro”.