

AGENTI-MANDANTE, UN ESEMPIO DI DIALOGO COSTRUTTIVO

di BENIAMINO MUSTO

EDDY PIEDEPALUMBO (GRUPPO HELVETIA ITALIA) E PIERGUIDO DURINI (GRUPPO AGENTI HELVETIA) HANNO PORTATO LA PROPRIA TESTIMONIANZA SU COME È POSSIBILE CREARE UN RAPPORTO DI COLLABORAZIONE PROFICUO TRA INTERMEDIARI E COMPAGNIA: LO SFORZO COMUNE È ORA CONCENTRATO SULLA SEMPLIFICAZIONE DEI PROCESSI, LADDOVE LA TECNOLOGIA DEVE AIUTARE GLI AGENTI AD ALLEGGERIRE LA PROPRIA ATTIVITÀ

Su che basi si può instaurare un rapporto collaborativo davvero efficace tra una compagnia di assicurazioni e la sua rete agenti? Ovviamente non può esistere una risposta univoca, ma un'idea è possibile averla guardando a ciò che accade in Helvetia, dove il gruppo agenti e la mandante sembrano avere chiara la cognizione che entrambe le parti lavorano per lo stesso obiettivo. A illustrare in che modo questo rapporto si è sviluppato nel tempo sono stati, nel corso del convegno Intermediari, **Eddy Piedepalumbo**, responsabile distribuzione agenzie – direzione marketing e distribuzione del **Gruppo Helvetia Italia** e **Pierguido Durini**, presidente del **Gruppo Agenti Helvetia**, intervistati da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*.

PROPORRE, NON CHIEDERE

Per arrivare al rapporto odierno con gli intermediari “bisogna partire da lontano”, ha spiegato Piedepalumbo. Helvetia è una compagnia nata con la vocazione a essere plurimandataria, e che si è evoluta in un percorso che ha condiviso insieme con gli agenti. “Questo dna – ha sottolineato – assieme alla propensione che parte sin dalle origini della compagnia, ha fatto sì che oggi il fondamento del rapporto con gli intermediari sia molto solido, aperto al dialogo, trasparente. C'è grande rispetto reciproco”.

La relazione tra compagnia e agenti, tuttavia, non è sempre stata come quella osservabile oggi. Lo sottolinea Durini, fissando il punto di svolta con l'avvio di un nuovo atteggiamento da parte degli agenti. “Il rapporto è passato ad avere dei risultati positivi e costruttivi quando abbiamo deciso di adottare come nostro slogan: *proporre, non chiedere*. Noi agenti – ha spiegato – abbiamo cercato di trasformare il nostro gruppo in



Eddy Piedepalumbo, responsabile distribuzione agenzie – direzione marketing e distribuzione del Gruppo Helvetia Italia

una struttura con competenze tecniche e commerciali, per essere in grado di andare a manifestare alla compagnia le nostre esigenze e fare in modo che i prodotti, così come gli orientamenti commerciali della compagnia, tenessero conto delle reali necessità delle agenzie". Durini si è detto "riconoscente del fatto che la compagnia ce lo abbia consentito. Non era scontato. E sono particolarmente orgoglioso – ha aggiunto – del fatto che il gruppo agenti abbia partecipato alla stesura del piano industriale triennale della compagnia". Questo non significa che non ci siano momenti di tensione e che non ci siano differenze di vedute, ma esse "vengono gestite nell'ambito di un rapporto fiduciario che si è costruito in questi anni".

IL BANCO DI PROVA DELLA PANDEMIA

Uno dei più recenti banchi di prova della solidità del rapporto costruito negli ultimi anni è stata la pandemia. "Un periodo molto complesso – ha detto Piedepalumbo – poiché la variabile dell'incertezza era dominante: nessuno sapeva quanto sarebbe durata, e noi dovevamo essere pronti a rivedere profondamente le scelte fatte fino a quel momento, che erano state tarate su un contesto di normalità". La compagnia, ha aggiunto, "ha capito subito, assieme agli agenti, che bisognava darsi da fare. Pertanto abbiamo iniziato un monitoraggio delle agenzie per avviare un piano di supporto economico, condiviso con il gruppo agenti, che non fosse sotto forma di prestito ma di contributo economico", ha ricordato Piedepalumbo. "Bisognava stabilire la durata e poi il reale impatto per le agenzie – ha aggiunto Durini – perché la crisi ha colpito ogni realtà in modo diverso. Quindi la difficoltà era quella di stabilire dei coefficienti applicabili a tutti. E tutti gli agenti sono riusciti a sopperire alla situazione di estrema difficoltà che ha vissuto l'intero contesto economico italiano". Il contributo pensato inizialmente per il solo 2020, è stato poi esteso anche al 2021, e "ha portato grandi risultati perché le agenzie nel loro complesso hanno chiuso col segno positivo dal punto di vista della redditività", ha evidenziato Piedepalumbo.

CONDIVIDERE INSIEME UN'EVOLUZIONE

L'elemento in cui il contributo degli agenti è più prezioso, a detta del manager di Helvetia, è quello del-



Pierguido Durini, presidente del Gruppo Agenti Helvetia

la consulenza, e le aree da supportare maggiormente sono, da un lato, quella dello sviluppo commerciale del segmento Pmi, e dall'altro quella del "time-to-market rispetto a innovazioni tecniche e normative, basti pensare al *Superbonus*. Non vedo all'orizzonte disintermediazione o scenari apocalittici – ha osservato Piedepalumbo – perché ritengo che gli agenti resteranno protagonisti del mercato. Dobbiamo però condividere insieme un'evoluzione".

E uno dei temi fondamentali, in un'evoluzione portata avanti congiuntamente da compagnia e agenti, è il ruolo chiave del supporto operativo e tecnologico. Piedepalumbo ha detto che Helvetia è "completamente concentrata nella semplificazione dei processi", con l'obiettivo di "semplificare le attività provando a creare dei sistemi che accorcino le filiere e le capacità decisionali, e soprattutto i processi all'interno dell'agenzia". Secondo Durini "la tecnologia è uno strumento ormai indispensabile", anche perché "ci sono adempimenti che ricadono sugli intermediari e che sono gestibili solo e soltanto se le compagnie sviluppano delle piattaforme attraverso le quali possiamo gestire in maniera automatizzata taluni obblighi". Per il presidente del Gruppo Agenti Helvetia, tuttavia, gli strumenti a disposizione della rete non sono ancora del tutto adeguati, "e questo dimostra che non siamo sempre d'accordo su tutto con la compagnia".