

INNOVAZIONE CONTRO DISINTERMEDIAZIONE

È tempo di “compagnia digitale”. Una definizione in auge soprattutto a seguito della spinta di carattere puramente legislativo che ha di recente coinvolto il settore assicurativo, con impatti significativi in termini di revisione dei modelli organizzativi e soprattutto nella relazione con il cliente. E così, mentre il sistema bancario da parecchi anni ha potuto sperimentare e consolidare i vantaggi dell’home banking, oggi tra le compagnie inizia a circolare con più decisione l’espressione “home insurance”. Non senza suscitare inquietudine e preoccupazione tra le reti agenziali, vera colonna portante della distribuzione assicurativa nel nostro Paese. La levata di scudi contro il rischio “disintermediazione”, intravisto nell’obbligo da parte delle compagnie di predisporre sui propri siti internet aree dedicate al cliente, non ha tardato a far sentire i propri effetti tra gli intermediari. A disciplinare la materia, in questo caso come in molti altri ambiti ancora in attesa di definitivi interventi attuativi, è chiamata l’Ivass. La tutela del valore della consulenza offerta dagli intermediari sembra un punto fermo, irrinunciabile per offrire le necessarie garanzie al consumatore. Ma qualcosa è comunque cambiato, perché la spinta verso l’innovazione su cui creare la “compagnia digitale” non può più arrestarsi. Ecco allora che agli intermediari spetta il compito di ricercare una collocazione, in questo processo di cambiamento, che sia in grado di riconfermare la centralità della categoria. Un obiettivo che rappresenta certamente un’opportunità da cogliere calibrando, anche in collaborazione con le stesse compagnie, i nuovi paradigmi digitali sulla specificità del territorio, nella singola agenzia e verso i propri clienti.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it