

# UN MERCATO ASSICURATIVO DI CUI FIDARSI

IL TEMA CENTRALE DELLA RELAZIONE TRA IMPRESE E INTERMEDIARI È LA POSSIBILITÀ DI FARE RETE, DI COLLABORARE PER UN UNICO OBIETTIVO, CHE È LA PROTEZIONE DELLE PERSONE. MA IL CONFRONTO È OGGI MOLTO MENO POLITICO DI UN TEMPO, PIÙ DI NATURA COMMERCIALE E CONDIZIONATO DALLE DINAMICHE TRA LE SINGOLE COMPAGNIE E I RISPETTIVI GRUPPI AGENTI

di Fabrizio Aurilia



**N**ella tavola rotonda che ha chiuso la mattinata del convegno, a rispondere alle domande di **Maria Rosa Alaggio** sono stati i rappresentanti di tutte le anime del settore: dall'**Ania** all'**Ivass**, dalle singole compagnie, nel caso specifico il **Gruppo Helvetia Italia** e **Unipol**, agli intermediari, agenti e broker.

*Clienti e intermediari, un legame per la protezione del Paese*, questo il titolo del confronto, ha indagato il rapporto tra distribuzione e fabbrica prodotto, e come questa relazione regga e si rinnovi per rispondere alle esigenze della clientela e adeguarsi alle spinte dalla normativa.

Ma d'altra parte, "tutti dobbiamo guadagnarci la fiducia dei consumatori", ha esordito **Roberto Novelli**, capo dell'ufficio Segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass, in apertura del dibattito. Già, perché anche l'autorità di vigilanza ha ingaggiato in questi ultimi anni un rapporto più dialettico con i consumatori. Più in generale, secondo l'istituto, quello che stiamo vivendo è un buon momento per lo sviluppo del settore: "e questo può essere un indicatore del fatto che compagnie e intermediari stanno guadagnando questa fiducia", ha precisato Novelli.

Eppure, ci sono fasce di popolazione ancora lontane dal settore assicurativo, o che sono state avvicinate da poco attraverso provvedimenti legislativi importanti: è il caso, ovviamente, dell'obbligo di polizza catastrofale per le imprese. Se è vero

che le grandi aziende erano già perlopiù assicurate contro le cat nat, non è lo stesso per le Pmi, tra le quali "un numero molto importante – ha detto Novelli – si metterà in contatto per la prima volta in questo ambito con il settore assicurativo". Si tratta di una sfida nuova anche e soprattutto per gli intermediari, "una sfida che chiama il mercato a una risposta importante, sotto il profilo della sostenibilità tecnica, della trasparenza contrattuale e dell'erogazione delle prestazioni", ha chiosato il dirigente di Ivass.

## I BROKER PER LA PROTEZIONE DELLE AZIENDE

Il mercato è cresciuto tanto, ha ricordato **Flavio Sestilli**, presidente di **Aiba**: quasi 170 miliardi di euro di premi nel 2024, 48 miliardi solo nei rami danni. Quindi gli italiani stanno cominciando ad assicurarsi? E gli intermediari che ruolo stanno giocando? "La quota delle banche è in crescita, ma agenti e broker sono le figure sul campo che devono confrontarsi davvero con il mercato", ha precisato il broker. Eppure, la polizza catastrofale è spesso vissuta come una tassa ulteriore a carico delle aziende: ma le cose stanno cambiando. "Io contesto questa visione – ha sottolineato Sestilli – perché le aziende devono essere assicurate per avere resilienza e continuità". La collaborazione tra gli attori in gioco è decisiva: "facciamo un lavoro



tutti insieme”, ha proposto il presidente di Aiba, citando le iniziative di molte associazioni, tra cui tanti uffici locali di **Confindustria**, che “chiedono ai broker di organizzare insieme eventi sul tema dei cat nat, per parlare di tutte le criticità della legge, dagli affitti alle concessioni, dai macchinari alle merci”. Sestilli è peraltro molto critico verso “certi istituti bancari che vendono le polizze alle aziende senza fare analisi dei rischi”: occorre vigilare, giacché il pericolo è proprio quello di “perdere la fiducia dei clienti”, così tanto difficile da conquistare.

## CAT NAT, UNA LEGGE ANCHE PER LE CASE

“Nei rami danni, il 64% della produzione dei broker passa dalle agenzie”, ha sostenuto **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**, insistendo sulla professionalità dell’intermediario tradizionale. “Le regole ci vogliono e bisogna farle rispettare da tutti – ha detto – ma le regole devono mettere nelle condizioni l’intermediario di operare con semplicità”. La crescita professionale va a beneficio all’assicurato, ed è l’intermediario che deve saper spiegare perché serve la polizza, indipendentemente dall’obbligo di legge. “In tanti anni – ha aggiunto Viganotti – non ho mai incontrato un cliente che non mi abbia seguito dopo che gli ho spiegato i propri rischi”. In questo senso il broker, ha precisato il presidente di **Acb**, ha il vantaggio di “costruire il contratto”, ma anche di poter fare un fare “un passo indietro” e non imporre una polizza a un cliente solo perché questo rientra in un target market standard. Quindi la nuova norma va nella giusta direzione? Secondo Viganotti sì, anzi, l’esperto broker si è detto “meravigliato” che la legge sulle cat nat non abbia riguardato anche gli immobili privati.

## IL FARO DELLA IDD

Se da un lato i rapporti tra imprese e gruppi agenti sono sempre più fitti, e in molti casi proficui, per quanto riguarda quelli tra rappresentanze sindacali e Ania, si resta al palo. “Siamo a dieci anni dall’Idd, ma il sistema evidenzia ancora molti vuoti”, ha sottolineato **Marcello Bazzano**, componente dell’esecutivo nazionale del **Sindacato Nazionale Agenti**. Bazzano ha citato la pratica dello *ius variandi*, che “non è stata regolamentata”, e che per gli intermediari resta “un problema sanguinoso” nel rapporto con i clienti.

Un altro problema riguarda la consulenza e gli intermediari iscritti in sezione E, “che possono dare raccomandazioni senza avere obbligo di copertura assicurativa professionale” e dove “la responsabilità ricade sull’agente”.

Bazzano ha poi evidenziato le criticità relative alle società di mutuo soccorso, “che sono distributori di prodotti molto simili alle polizze ma non regolamentati”, ha detto, riprendendo quanto sottolineato anche da Novelli. “Noi cerchiamo di coinvolgere tutti gli stakeholder per non far spegnere il faro dell’Idd, che è l’interesse dei clienti”, ha chiosato l’esponente di **Sna**.

## C’È BISOGNO DI ETICA

“Stiamo lavorando bene, stiamo crescendo, nei rami danni gli agenti sono ancora prevalenti”, è intervenuto **Vincenzo Cirasola**, presidente di **Anapa**, “i danni catastrofali stanno facendo crescere il business – ha continuato –, ma cerchiamo di completare le garanzie che l’obbligatorietà non contempla”. Nelle polizze cat nat, e in quelle danni più in generale, la gestione dei sinistri è fondamentale e gli agenti devono essere ancora più vicini ai clienti. Ma secondo Cirasola non è tutta una questione normativa: “c’è bisogno di etica – ha detto – non di una nuova norma per fare il nostro mestiere con professionalità”. Se l’agente “fa il suo mestiere”, ha continuato Cirasola, l’auto-

regolamentazione è più efficace dell'ennesima normativa che non fa altro che appesantire l'attività dell'intermediario.

Diverso è il caso di ciò che sta accadendo con le Mga, questione spinosa su cui gli agenti, e non solo, stanno combattendo una battaglia tesa: "le Mga non solo non rispettano le regole ma reclutano anche tanti agenti e broker", ha sostenuto Cirasola, che però non ha attribuito la responsabilità solo agli intermediari ma anche a quelle compagnie che "chiudono certi mercati e che costringono l'agente ad andare su canali alternativi". Quindi, non è tanto una questione di etica dell'intermediario quanto il combinato disposto tra opacità normativa e fuga delle imprese da certi mercati.

Eppure, in occasione degli eventi estremi che hanno colpito il Paese negli ultimi anni, pensiamo solo al 2023, con le alluvioni nel centro Italia, le tempeste nel nord e le ondate di calore, "gli agenti, nei momenti più critici, ci sono sempre stati", ha ricordato Cirasola.



## UN PUNTO NORMATIVO

Proprio sul tema delle Mga e della semplificazione normativa, è tornato Novelli, ammettendo che "ci sono stati adempimenti

normativi che alla prova dei fatti si sono dimostrati pesanti per il distributore e non altrettanto utili per i consumatori". Per Ivass è ormai tempo per "fare un punto normativo" anche sul sistema di catalogazione in diverse sezioni degli intermediari, una suddivisione che va rimessa in discussione "considerato che è stata introdotta oltre 20 anni fa e alla luce della realtà del business". A proposito di business, le Mga, ha ribadito Novelli, "non possono essere uno strumento per fare business senza requisiti patrimoniali" ma, ha aggiunto, "non esiste un unico modello". L'Ivass ha fatto degli interventi e ci sono state evoluzioni nel mercato.

Un discorso simile si può fare per le società di mutuo soccorso: "molti consumatori pensano di aver comprato una polizza", ha ricordato Novelli. L'Ivass ha sollevato il problema più volte con il legislatore e ha chiesto "un riordino" della materia. L'istituto ha anche ribadito che le società di mutuo soccorso non possono emettere fidejussioni. "Sono temi complessi, ecco perché occorre un punto normativo", ha concluso Novelli.

"Siamo di fronte a una pluralità di domande: serve la capacità di rispondere a tutte in maniera adeguata", ha spiegato **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di Ania, portando la voce delle imprese associate. "Spesso la burocrazia ruba tem-



Da sinistra: **Marcello Bazzano**, componente dell'esecutivo nazionale di Sna; **Robert Gauci**, ceo del Gruppo Helvetia Italia; **Roberto Novelli**, capo dell'ufficio Segreteria di presidenza e del consiglio di Ivass; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Flavio Sestilli**, presidente di Aliba; **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa; **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di Ania; **Simone Tarchiani**, chief commercial officer di Unipol; **Luigi Viganotti**, presidente di Acb

po all'attività commerciale e la stratificazione regolamentare rischia di distogliere l'attenzione dalle cose davvero importanti", ha continuato Guidoni, tornando poi sul tema delle Mga: "a fronte di così tanta normativa sui distributori, ci si dimentica di regolamentare soggetti, come le Mga, che si muovono in uno scenario ambiguo e fumoso".

## UNA RELAZIONE PIÙ SOLIDA

Ma secondo il co-dg di Ania, il tema centrale della relazione tra imprese e intermediari è la possibilità di fare rete, di collaborare finalmente per un unico obiettivo, che è la protezione delle persone a tutto tondo: "bisogna fare massa critica – ha detto – per far capire, ad esempio, al sistema imprenditoriale che non si deve assicurare solo perché esiste un obbligo ma anche per aumentare la propria resilienza alla business interruption". Ania ha costituito una *task force* con le imprese per trovare un metodo coordinato per rispondere rapidamente e con efficienza ai sinistri.

"Il sistema privato può essere molto efficace", ha continuato Guidoni, allargando lo sguardo ad altri campi: "nella sanità integrativa c'è un mercato da costruire". Circa 16 milioni di persone sono iscritte a un fondo sanitario collettivo, ma non basta; nella previdenza complementare rientrano solo otto milioni di lavoratori: "troppo pochi", ha commentato Guidoni, chiedendo che le aziende siano aiutate "affinché il Tfr vada nel secondo pilastro".

## L'OMNISCANALITÀ È LA SFIDA (E LA RISPOSTA)

In tutti questi ambiti, come detto, c'è una richiesta di collaborazione con le reti di vendita. Una delle risposte può essere l'omniscanaltà? Secondo **Simone Tarchiani**, chief commercial officer di Unipol, sì: "l'omniscanaltà è centrale nel nostro piano industriale", ha precisato. "La sfida – ha aggiunto – è costruire gli abilitatori, il sistema tecnologico, i servizi, tutto deve essere dentro un modello condiviso; occorre mettere gli agenti nella posizione ideale per centrare gli obiettivi".

I premi stanno crescendo ma la base di assicurati deve andare di pari passo, e "l'omniscanaltà può ampliare questo bacino", ha sottolineato.

"Ragioniamo di ecosistemi da tempo – ha spiegato Tarchiani –, abbiamo fatto esperienze vincenti ma anche errori e abbiamo



avuto il coraggio di tagliare. Ora pensiamo che i satelliti dell'ecosistema debbano essere legati all'offerta assicurativa perché tutto deve rientrare nel nostro modello distributivo".

## UN PONTE DI FIDUCIA

La differenza la fa il dialogo, ha sostenuto **Robert Gauci**, ceo del Gruppo Helvetia Italia: "non esiste una contrapposizione tra la compagnia da un lato e gli agenti dall'altro, perché alla fine siamo una famiglia che costruisce il domani", ha precisato. Secondo Gauci, il mercato italiano è in un momento di trasformazione, ma il gap di protezione resta, perché la raccolta danni sul Pil è ancora sotto il 2%: "noi abbiamo l'opportunità di cogliere il cambiamento", ha rilanciato il top manager, elogiando gli agenti, che sono "la vera anima di Helvetia".

In questo contesto, Gauci vede grandi opportunità per investire in consulenza, "ma serve un ponte di fiducia tra le imprese e i clienti" e questo ponte sono proprio gli intermediari, grazie ai quali sarà anche possibile ripensare i servizi e "un nuovo perimetro per il prodotto assicurativo".

Insomma, dalle risposte delle parti in causa è stato evidente quanto, rispetto a pochi anni fa, il confronto tra compagnie e intermediari sia oggi molto meno politico e più di natura commerciale, votato al business e, forse, più individualista: una relazione in cui l'interesse per la definizione del quadro generale, un accordo di primo livello che coinvolga rappresentanze nazionali e Ania, è passato decisamente in secondo piano rispetto alle dinamiche tra le singole compagnie e i rispettivi gruppo agenti.