

LE COLLABORAZIONI, UN ANNO DOPO

di BENIAMINO MUSTO

VERIFICARE L'IMPATTO SULLA FILIERA DISTRIBUTIVA DI UNA NUOVA OPPORTUNITÀ PER GLI INTERMEDIARI, A DODICI MESI DALL'ENTRATA IN VIGORE DELLA LEGGE 221/2012. CON QUESTO OBIETTIVO LO SNA HA ORGANIZZATO UN CONVEGNO A MILANO, INTERESSANTE OCCASIONE PER APPROFONDIRE POTENZIALITÀ, CRITICITÀ E SCENARI FUTURI PER AGENTI E BROKER

Le collaborazioni tra intermediari, sancite per legge poco più di un anno fa, sono riuscite a diventare la chiave di volta per attuare una reale concorrenza in campo assicurativo? Per comprendere quanto sia effettivamente diffusa questa nuova possibilità e valutarne l'impatto sulla filiera distributiva, il **Sindacato nazionale agenti (Sna)** ha organizzato a Milano un convegno dal titolo: *Le collaborazioni. Esperienze, scenari e opportunità per intermediari assicurativi, clienti e compagnie.*



Un momento della tavola rotonda "Come rimanere centrali nel mercato assicurativo"

Un appuntamento che si è tenuto a pochi giorni dall'approvazione definitiva del decreto *Destinazione Italia*, dei cui contenuti generali ha parlato, aprendo i lavori della giornata, **Ranieri Razzante**, consulente del **ministero per lo Sviluppo Economico**, che ha rassicurato gli agenti su un punto in particolare: quello delle collaborazioni, per il Mise, "non è un argomento all'ordine del giorno", dunque non sono in previsione ulteriori interventi del legislatore.



La sala durante il convegno organizzato dallo Sna

COLLABORAZIONI, TANTO ENTUSIASMO MA POCO INCISIVE

Un anno di collaborazioni tra intermediari. Lo stato della distribuzione assicurativa in Italia è il titolo della ricerca condotta da **Innovation Team** e promossa da **Sna, Aiba e Uea** per fare il punto su questa nuova opportunità. Sebbene il 92% dei broker e l'84% degli agenti si dichiarino favorevoli, secondo lo studio le collaborazioni non sono ancora riuscite a esprimere tutto il proprio potenziale, anche se c'è una forte disponibilità ad attuarle in tempi rapidi: il 93% dei broker e l'85% degli agenti sono intenzionati a collaborare entro l'anno. Le collaborazioni sono considerate principalmente una soluzione occasionale per non perdere i clienti, soprattutto nell'auto. Sono 1.300 i broker e oltre 5.000 gli agenti che hanno iniziato a collaborare: tra chi le ha messe in atto, le collaborazioni sono utilizzate soprattutto per rispondere alle esigenze dei propri clienti, mentre solo in minima parte (10%) sono diventate uno strumento per sviluppare il business attraverso affari procurati da colleghi. Le modalità più diffuse rimangono quelle A con B, ma soprattutto A con A (84,5%). Il giro d'affari indotto, tuttavia, è molto limitato: nel ruolo di proponente è di 30.885 euro per gli agenti e di 80.345 euro per il broker, mentre nel ruolo di emittente è pari a 29.195 euro per gli agenti e di 51.885 euro per i broker. L'utilizzo delle collaborazioni, inoltre, è focalizzato prevalentemente su business specialistici e sul ramo auto.

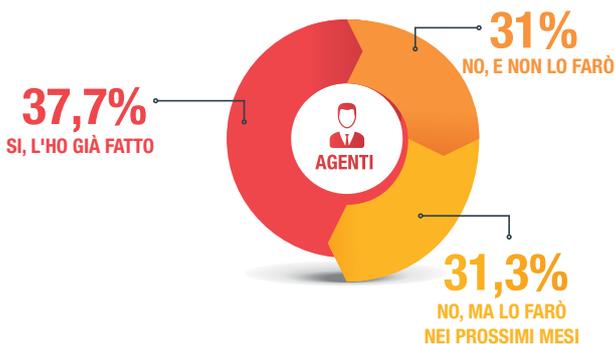
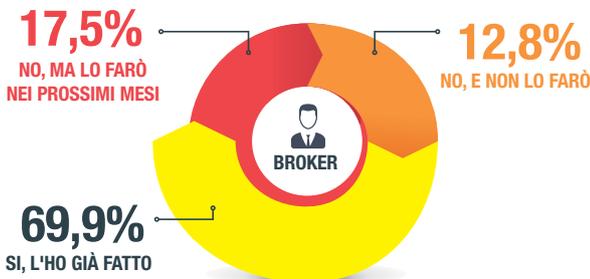
COME RESTARE CENTRALI IN FUTURO

Cuore dell'intera giornata è stata una ricerca, condotta da **Innovation Team** (vedi box), per capire l'andamento delle collaborazioni allo stato attuale. "Se da un lato osserviamo come siano molto diffuse presso agenti e broker – ha sottolineato **Fabio Orsi**, analista di **Innovation Team** – dall'altra evidenziamo anche come il giro d'affari generato sia piuttosto limitato. Questo perché probabilmente – ha osservato – mancano ancora le condizioni per un effettivo sviluppo delle collaborazioni: maggior centralità di broker grossisti e network di intermediari, entrata nel mercato di compagnie straniere, diffusione di strumenti informatici per amministrazione e gestione di più collaborazioni". Le parole di Orsi sono state il punto di partenza intorno a cui riflettere per capire in che modo gli intermediari possano rimanere centrali nel mercato assicurativo: ne hanno parlato **Claudio Demozzi**, presidente Sna, **Carlo Marietti Andreani**, presidente Aiba, **Angelo Scarioni**, presidente di **Macros Consulting** e **Michele Colio**, direttore marketing e distribuzione di **Aviva Italia**.

La distribuzione, secondo Angelo Scarioni, "sta vivendo una rivoluzione copernicana", in cui "le collaborazioni sono un punto di partenza", ma centrale è il tema del "recupero della relazione con il cliente anche attraverso le nuove tecnologie, imparando a esplorare i terreni del *digital* e dei *social media*". Per Michele Colio, quello della relazione con il cliente è già un punto di forza degli agenti; questo è il motivo per cui Aviva li considera centrali. Colio ha sottolineato l'intenzione della compagnia di supportarli attraverso investimenti in direzione digital, che Aviva sta mettendo in campo. Inoltre, la filiale italiana del gruppo britannico, "favorirà le collaborazioni, perché sono un importante strumento di sviluppo per tutti gli attori coinvolti". Parole che, proprio per il fatto di provenire da un esponente del mondo delle imprese, hanno suscitato l'entusiasmo di Claudio Demozzi: "quello insito nella parola collaborazione è un atteggiamento che lo Sna vuole portare avanti – ha spiegato – perché collaborare indica un obiettivo comune: vendere più polizze". Dal punto di vista dei broker, Carlo Marietti Andreani ha ricordato che, se "per la nostra categoria la collaborazione è un concetto connaturato", per uno sviluppo positivo di questa opportunità anche per gli agenti, "non bisogna sottovalutare gli aspetti che incidono sulla tutela professionale, come quelli che riguardano la responsabilità solidale".

LE COLLABORAZIONI NEL 2013

Nel corso dell'anno ha avviato collaborazioni con altri intermediari?



Fonte: Innovation Team

LE COMPLESSITÀ DEL MERCATO SI SUPERANO STANDO UNITI

Un altro prezioso momento di confronto è stato quello tenutosi a conclusione della giornata, che ha portato all'attenzione esperienze concrete (e possibili direttrici di sviluppo) delle collaborazioni. Una tra queste è rappresentata dal network **Gaat Service**, creatura nata in seno al **Gruppo agenti Toro**: uno strumento "grazie al quale - ha spiegato **Roberto Salvi**, uomo chiave del network - mettiamo in comune non solo prodotti, ma anche e soprattutto un know-how e una struttura informatica". Allo studio dal 2007, il Gaat Service ha già sottoscritto vari accordi di collaborazione con diversi player assicurativi. "Per contrastare le criticità del mercato - ha osservato Salvi - è necessario aggregarsi. L'unione è la strada maestra per contrastare l'avanzata dei comparatori e lo strapotere delle compagnie". E se per il presidente di **Uea**, **Filippo Gariglio**, le collaborazioni sono "una straordinaria risposta all'appiattimento su una sola compagnia", **Francesco Bovio**, presidente del **Magap** (gruppo agenti **Milano Assicurazioni**) ha illustrato come le collaborazioni possano rappresentare molto di più: un modo per permettere agli agenti di continuare a offrire prodotti della compagnia, grazie a un accordo sottoscritto tra lo stesso Magap e il **Gam** (l'altro gruppo agenti della Milano). **Fabrizio Callarà**, ad di **Aec Wholesale group**, ha esortato poi gli agenti "ad avere più audacia imprenditoriale e a credere nelle collaborazioni", mentre **Fabrizio Pediconi**, presidente del gruppo agenti **Una Vis - Coface**, ha sottolineato che "puntare su un mercato di nicchia come quello delle polizze credito e cauzioni" può essere una "straordinaria opportunità" per chi non ha accesso a prodotti così specifici. **Tonino Rosato**, presidente gruppo agenti **Uia** ha voluto, infine, invocare prudenza: "in un momento di difficoltà bisogna fare scelte consapevoli, perché le provvigioni, con le collaborazioni, si riducono". Tuttavia, la più grossa preoccupazione, secondo Rosato, è soprattutto un'altra, ovvero capire quale sarà il modello di agenzia futura, e comprendere se sia ancora sostenibile.