

# NESSUN ALGORITMO SOSTITUIRÀ L'AGENTE

di BENIAMINO MUSTO

**STRETTO TRA I RISCHI DI DISINTERMEDIAZIONE E UNA CONCORRENZA SEMPRE PIÙ ACCESA, L'INTERMEDIARIO NON PUÒ CHE PUNTARE SULLA PROPRIA CAPACITÀ EMPATICA E SUL PROPRIO RUOLO PROFESSIONALE E SOCIALE: SOLO COSÌ POTRÀ RESTARE UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI ASSICURATI. MA BISOGNERÀ FARE I CONTI CON LE INSIDIE DELLA NORMATIVA, E LOTTARE PER AVERE LA TITOLARITÀ DEI DATI. DI TUTTO QUESTO SI È PARLATO IN UN CONVEGNO ORGANIZZATO DALLO SNA A FIRENZE**

“È nella crisi che sorgono l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. Chi supera la crisi supera se stesso, senza essere superato”. Così scriveva, nel 1931, **Albert Einstein** nel suo libro *Il mondo come io lo vedo*. Parole che restano di grande attualità, e che ben si adattano alle sfide che in questo momento hanno di fronte gli agenti assicurativi. Pressati, da un lato, da una concorrenza sempre più accesa che mette sotto pressione la redditività delle agenzie; dall'altro dall'ascesa delle tante modalità di accesso a prodotti e servizi assicurativi.

Ma per superare le difficoltà del presente, l'agente ha una strada obbligata. Deve imparare a farsi interprete della contemporaneità, e investire sulle proprie capacità professionali. Di conoscenza dei prodotti e delle nuove opportunità offerte dal digitale, certo. Ma anche di relazione e di empatia con il cliente: due elementi, questi ultimi, che nessun algoritmo potrà mai sostituire. La provinciale fiorentina del **Sindacato nazionale agenti** ha scelto di approfondire queste tematiche attraverso un convegno (svoltosi lo scorso 18 maggio nel capoluogo toscano) che aveva ben chiari gli intenti propositivi sin dal titolo: *Crisi... Quale crisi? Evoluzione e opportunità per i mercati degli intermediari assicurativi*. Organizzatore dell'evento e moderatore dell'intera giornata dei lavori, il presidente della provinciale Sna di Firenze, **Marco Del Medico**.

## RELAZIONE ED EMPATIA

L'intermediario assicurativo deve poter interpretare al meglio il mutamento dei tempi e le nuove esigenze sociali. Intervenedo nel corso dei lavori, il vice presidente di **Progetica**, **Sergio Sorgi**, ha ricordato che “per interpretare la contemporaneità occorre riempire di significato la parola *consulenza*”. Partendo dai bisogni delle famiglie: welfare, previdenza integrativa, investimento, che rappresentano un “vero e proprio tema sociale. Parlando ai clienti di aspetti che coinvolgono direttamente la loro vita, l'intermediario può diventare un vero e proprio punto di riferimento”. Citando i dati di uno studio, Sorgi ha rivelato che “i consulenti nei cui confronti è riposta la fiducia *attiva* dei clienti hanno un volume di affari di cinque volte superiore a quello dei consulenti con una fiducia *forzata*”.

## IL FUTURO È DI CHI AVRÀ I DATI

Quindi a fare la differenza sarà quanto (e come) l'intermediario assicurativo sarà capace di gestire la relazione con il cliente. Ma, soprattutto, il futuro sarà di chi avrà le informazioni. Ne è convinto **Jean-François Mossino**, presidente del **Ga Sai** e presidente della commissione agenti del **Bipar**, secondo cui occorre "capire in che modo l'agente possa continuare a essere centrale e importante in un sistema distributivo multicanale e multiaccesso". Secondo Mossino, l'agente deve poter accedere e utilizzare, ad esempio, anche i dati provenienti dai dispositivi telematici. "Lo sviluppo di attività sui *device* tecnologici deve essere deciso di concerto con l'agente: questo principio deve essere elaborato a livello di strategia collettiva. Non si tratta di fare una battaglia sulla titolarità dei dati, che appartengono solo al cliente, ma di trovare con la compagnia un accordo strategico per stabilite insieme un perimetro condiviso nell'ambito del quale mettere in comune le informazioni, definendo alla pari come trasformare tutto ciò in volumi d'affari e provvigioni".

## L'INCOGNITA ARRIVA DAL LEGISLATORE

Mossino ha poi parlato della nuova direttiva europea **Idd**, il cui effetto più importante è "l'aver stabilito regole uguali per tutti i player che vendono prodotti assicura-



### FPA TORNERÀ AGLI AGENTI

Nel corso del convegno è intervenuto anche **Francesco Libutti**, membro dell'Esecutivo Nazionale di Sna, che ha riportato alcune dichiarazioni di **Ermanno Martinetto**, commissario straordinario del Fondo pensione agenti, rilasciate a margine del cda di Agenim (immobiliare di Fpa): a quanto si apprende, il commissariamento sarebbe giunto a termine al compimento dell'anno, quindi entro il mese di giugno. "Ma non ci era stato detto che il non firmare il piano di riequilibrio avrebbe portato al fallimento del fondo? In qualche circolare - ha ricordato Libutti - si chiedeva di valutare con attenzione l'opportunità di continuare con i versamenti, considerato lo stato di crisi di Fpa. Ora che Fpa tornerà alla ordinaria gestione, chi restituirà ai colleghi che non hanno versato la contribuzione persa delle compagnie? Torneremo a breve a gestire il fondo pensione con la veste che ci compete ossia quella dei proprietari del fondo, perché mai nessuno ci toglierà ciò che è nostro".

tivi", e ha esortato a vigilare sull'iter degli atti delegati presentati dalla commissione Ue all'**Eiopa**: nel mirino c'è in particolare l'articolo 30, che ha in oggetto il tema dell'adeguatezza, e dell'obbligo a fare l'interesse del cliente. A evidenziare "alcune insidie della direttiva" è stato il professor **Pierpaolo Marano** dell'Università Cattolica di Milano. "In Idd - ha detto - il tema dell'adeguatezza rischia di essere un boomerang, perché l'intermediario potrebbe essere chiamato in causa anche per colpe riguardanti la struttura stessa di un prodotto inadeguato, e dunque non sue". Al di là delle possibili criticità, secondo Marano, Idd chiede chiaramente che l'intermediario abbia conoscenza del cliente. "Gli agenti - ha spiegato - dovranno diventare ancor di più dei veri imprenditori, artefici del proprio destino. Altrimenti si avvicineranno a un modello di lavoro para-subordinato, in cui dovranno limitarsi a gestire un portafoglio". Secondo il professor **Claudio Cacciamani** dell'Università di Parma, "è necessario un approccio al cliente legato alla redditività interna. Sarebbe bene - ha chiosato - che gli agenti imparino a comprendere in modo approfondito la logica di Solvency II".