

PROTAGONISTI DEL CAMBIAMENTO

di BENIAMINO MUSTO

LA DIGITALIZZAZIONE E LE NOVITÀ IN ARRIVO CON IDD NON DEVONO PREOCCUPARE UNA RETE AGENTI CHE HA A CUORE IL VALORE DELLA TRASPARENZA E DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE: CIÒ CHE IMPORTA È CONTINUARE A VENDERE PRODOTTI DI QUALITÀ, FORNENDO INFORMAZIONI CHIARE E SEMPLICI. NE È CONVINTO VITTORIO GIUSTI, NUOVO GI DIRECTOR DELLA COMPAGNIA, CON UN PASSATO DA INTERMEDIARIO ASSICURATIVO

Attori protagonisti della strategia distributiva di **Aviva Italia**: lo sono adesso, e lo resteranno ancora a lungo, gli agenti della compagnia. Un concetto che si è voluto sottolineare sin dal titolo, *Agenti Aviva – Al centro del futuro*, scelto per la convention che, lo scorso mese a Riccione, ha riunito gli intermediari della compagnia. E lo sottolinea, una volta di più, il nuovo general insurance director di Aviva Italia, **Vittorio Giusti**, parlando con *Insurance Review*.

Una figura, quella di Giusti, che non ha certo difficoltà a comprendere cosa significhi nel concreto lavorare come agente, dal momento che agente lo è stato lui stesso, e per diversi anni. “Proprio grazie alla mia esperienza da intermediario – spiega – posso dire di conoscere bene le dinamiche del mondo distributivo, avendole vissute in prima persona”.

DIGITALIZZAZIONE NON SIGNIFICA DISINTERMEDIAZIONE

Giusti ricorda che, nonostante in molti, negli scorsi anni, abbiano ipotizzato che una maggiore digitalizzazione avrebbe disintermediato le agenzie, “la distribuzione tradizionale, oggi e ancora nei prossimi anni, resta molto solida, perché il ruolo dell’agente nella relazione con il cliente è molto forte, al di là dell’evoluzione degli



Vittorio Giusti, general insurance director di Aviva Italia

strumenti tecnologici a disposizione”. Sul tema delle tecnologie, Aviva Italia ha iniziato ad adottare diverse novità, come ad esempio la app *MyAviva*. “Ma abbiamo in programma una più ampia serie di iniziative per implementare gli strumenti in grado di semplificare l’attività dell’agenzia”, rivela Giusti.

UN CONTESTO DI MAGGIOR COMPLESSITÀ

In questi ultimi anni si è osservato un aumento della complessità, sia per le compagnie, sia per le agenzie. Per questo, osserva Giusti, è necessario adattarsi velocemente a quei modelli operativi che aiutano a gestirla. “Il cambiamento va vissuto in prima persona. Chi ne è

L'AGENTE AL CENTRO È UN MODELLO OPERATIVO

Approdato in Aviva Italia da pochi mesi, Vittorio Giusti sottolinea di aver incontrato una rete agenti molto matura. “Ho trovato un livello di competenze tecniche davvero molto elevato. Inoltre, su temi come quello del digital, non ho ravvisato alcuna resistenza, ma una grande apertura”. Giusti mette poi l’accento sulla “vicinanza storica tra Aviva e i suoi agenti, che sanno di poter contare su una relazione molto diretta con la compagnia. Per noi mettere l’*agente al centro* non significa recitare uno slogan, ma applicare un modello operativo. Un modello di relazione che è la base per la nostra crescita profittabile negli anni. Durante la convention di Riccione ho avuto modo di confrontarmi con tanti ottimi professionisti e imprenditori seri. Sono convinto che il dialogo, in primis con il presidente del gruppo agenti, **Pierangelo Colombo**, sia un valore importantissimo. Certo – ammette Giusti – non sempre siamo in accordo su tutto, ma il modo con cui ci si confronta è sempre maturo e consapevole dei propri ruoli”.

spettatore rischia di diventarne vittima”. Gli obblighi regolamentari e di compliance, se da un lato hanno reso più articolato e complesso il modo di lavorare, dall’altro hanno anche fatto diventare il mercato assicurativo italiano più solido, trasparente, sicuro. “In prospettiva ciò non potrà che giovare alla compagnia e agli agenti, quelli di Aviva, che mettono l’etica al centro del proprio modo di lavorare”. Per questo non deve spaventare l’imminente introduzione di Idd: “qualsiasi cambiamento porta sempre degli impatti, e sicuramente c’è qualche preoccupazione legata ai tempi stretti e alle eventuali implementazioni della direttiva. Ma la nota positiva, che a Riccione abbiamo condiviso con gli agenti, è che Aviva e i suoi intermediari fanno già della trasparenza un elemento fondante. Vogliamo avere prodotti di assoluta qualità, fornendo ai clienti informazioni sempre più chiare e semplici. I contenuti della normativa – evidenzia Giusti – sono assolutamente allineati con il sistema di valori che abbiamo in comune con gli agenti”.

IL GIUSTO EQUILIBRIO TRA STANDARD E TAILOR MADE

Negli ultimi anni Aviva Italia ha modificato il proprio mix di portafoglio: se da un lato ha mantenuto le proprie quote in termini di raccolta premi sull’auto, dall’altro ha registrato una forte crescita nel non auto, come dimostra l’incremento del 14,8% di questi rami. Un’ampia serie di fattori (diminuzione delle percorrenze, maggiore sicurezza a bordo delle vetture grazie alla tecnologia, diminuzione del costo medio dei sinistri) ha costretto le agenzie a lavorare con premi medi più bassi. Questo contesto ha innescato un percorso virtuoso per sviluppare gli altri rami danni. “La compagnia – spiega Giusti – sta lavorando su due fronti: da un lato stiamo sviluppando processi di automazione per semplificare l’operatività in agenzia, mettendo a disposizione collegamenti e informazioni fornite in tempo reale agli agenti; dall’altro stiamo ottimizzando la nostra capacità di dialogo con l’area assuntiva rami elementari. Su questo aspetto – conclude Giusti – il mercato potrà dare risposte strutturate se riusciremo a trovare un equilibrio tra la necessità di standardizzare i prodotti e la possibilità di offrire soluzioni su misura”.