

UNA NORMATIVA PER TUTTE LE STAGIONI

di FABRIZIO AURILIA

OPPORTUNITÀ E RISCHI, ARMONIZZAZIONE E RIVOLUZIONE: PER AGENTI E BROKER, IL NUOVO CONTESTO REGOLAMENTARE È TUTTO DA INTERPRETARE. NE HANNO PARLATO JEAN-FRANÇOIS MOSSINO, IN VESTE DI PRESIDENTE DELLA COMMISSIONE AGENTI DEL BIPAR, E ANTONIA BOCCADORO, SEGRETARIO GENERALE DI AIBA

A vederla dal lato positivo, c'è “un *Eldorado* da sviluppare”. Con questa espressione, al convegno organizzato da Insurance Connect, **Jean-François Mossino**, in veste di presidente della commissione agenti del **Bipar**, ha voluto racchiudere la sintetica interpretazione dell'effetto che le nuove norme derivate da *Idd* potrebbero avere sull'intermediazione italiana. Si sente spesso parlare di opportunità da sfruttare a proposito di nuove normative che insistono sui modelli organizzativi di un determinato settore. Raramente però una

nuova regolamentazione ha diviso così nettamente tra chi la considera una semplice armonizzazione dell'esistente e chi invece la vorrebbe come una rivoluzione dagli impatti ancora da comprendere.

GARANZIA DI RESPONSABILITÀ

Come noto, sono tanti gli aspetti toccati dalla nuova normativa, ed è forse più importante concentrarsi, in primis, sulle conquiste di *Idd*.

Secondo **Antonia Boccadoro**, segretario generale di **Aiba**, uno dei meriti delle nuove regole sulla distribuzione è la “forte responsabilizzazione in fase di produzione e commercializzazione del prodotto”, nell'ambito di una normativa che viene applicata “trasversalmente tra mass market e rischi specifici”. Compagnie e intermediari tradizionali sono chiamati a rafforzare inevitabilmente il presidio su tutta la filiera: anche nei processi considerati più automatici. Del resto, altro fattore “di garanzia” per gli intermediari professionisti (e per i consumatori) è che sono state molto ridotte le “aree di esenzione, con l'imposizione di ruoli specifici e una serie d'infrastrutture legate alla vendita professionale”, ha spiegato Boccadoro. “Anche in esenzione – ha aggiunto – sono stati garantiti molti presidi di tutela, proprio per evitare una non consapevolezza nell'acquisto di una soluzione assicurativa da parte del cliente”.



UNA QUESTIONE DI VISIONE

Tuttavia, Idd non esenta l'intermediario dalla conoscenza profonda dei bisogni del cliente. "Le nuove regole – ha argomentato Mossino – ci aiutano a fare diversamente il nostro lavoro. Abbiamo l'occasione di allargare il rapporto che abbiamo con il cliente giacché, finora, è stato molto concentrato sull'auto. Diciamogli chiaramente che abbiamo bisogno di fare un'analisi più approfondita delle sue esigenze, per poterli proporre un'offerta ampia e da personalizzare, in modo che questo ci permetta di ottemperare a una scelta informata. È una questione di visione: non si tratta di fare meglio il lavoro ma di farlo diversamente", ha sottolineato l'agente.

La similitudine con il medico che cura il mal di testa calza alla perfezione: c'è chi si limita a prescrivere un antidolorifico generico, che può funzionare, e chi cerca di capire la natura del mal di testa e alla fine prescrive, magari, lo stesso generico antidolorifico. Ma intanto avrà avuto più informazioni sullo stato di salute complessivo del proprio paziente.

CONSULENZA E NON

I nuovi regolamenti derivanti da Idd fanno chiarezza e ridefiniscono i termini della consulenza. Indicare quale offerta assicurativa (fatta di contratti ma soprattutto di servizi) è più coerente di altre soluzioni tra loro simili per un determinato cliente: questa è l'attività consulenziale che si distingue dalle altre.

Ogni intermediario dovrà capire quando fare consulenza e quando fare solo distribuzione, perché dovrà già sapere a quale *cluster* appartiene un determinato cliente e decidere in base a queste informazioni per quali rischi fare consulenza e per quali, invece, limitarsi al cosiddetto *demands and needs*.



Da sinistra: **Jean-François Mossino**, presidente della commissione agenti del Bipar; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Antonia Boccadoro**, segretario generale di Aiba

LA CARTA DELL'INNOVAZIONE

Se da un lato il cambiamento operativo non è stravolgente, dall'altro un target market sempre più sofisticato potrà cambiare le economie di distribuzione in modo radicale. Ne è convinta Boccadoro quando parla delle possibili difficoltà dei broker ad adeguarsi alle politiche distributive delle compagnie, perché quegli intermediari s'interfacciano con molti player di diversi mercati. "Il confronto tra piccoli broker e colossi della distribuzione – ha detto – è una sfida che si gioca anche sulle strategie di innovazione per rendere economici determinati processi".

UNA REGOLAMENTAZIONE DA INTERPRETARE

Per quanto riguarda gli agenti, invece, oltre all'Eldorado dei nuovi rischi, c'è tutta una parte su come utilizzare le regole a proprio vantaggio. "La regolamentazione va interpretata", ha suggerito Mossino. "Da una parte bisogna chiedersi come essere *compliant* nella pratica, e dall'altra occorre lavorare con le compagnie per trovare possibili sinergie. Abbiamo molte opportunità – ha continuato Mossino – che ci arrivano dalle collaborazioni, dal plurimandato e dalla consulenza remunerata". Un aspetto, quest'ultimo, che deve essere però approfondito: ci sono responsabilità che vanno oltre l'adeguatezza del prodotto. Si tratta di indirizzare il cliente e motivare quella scelta.