

INTERMEDIARI E COMPAGNIE: UN RAPPORTO NON NEUTRO

di FABRIZIO AURILIA

DURANTE LA PRIMA TAVOLA ROTONDA DEL CONVEGNO, IL CONFRONTO TRA GLI OPERATORI SI È ACCESO SU SINGOLI PUNTI DEI NUOVI REGOLAMENTI: POG, HOME INSURANCE, CONSULENZA, DISTRIBUTORI ESENTI. DOVE ARRIVANO LE RAGIONI DI UN VERO MALESSERE E INIZIA LA DIFESA CORPORATIVA?

L'applicazione di *Idd* ha acceso il confronto tra gli stakeholder del settore che, a loro volta, hanno colorato di sfumature e contrasti una norma che si vorrebbe invece di una tinta uniforme. Questa tendenza è apparsa chiara durante la prima tavola rotonda, che ha coinvolto gli intermediari tradizionali (agenti e broker), le compagnie e il regolatore.

Pog, home insurance, adeguatezza, consulenza: sono tutte parole che in sé contengono un universo di declinazioni e interpretazioni tutt'altro che neutre. Ecco perché ogni iniziativa del regolatore e delle imprese è stata scandagliata e sezionata da una categoria (quella degli intermediari tradizionali) che sembra vedere nella pratica attuazione di *Idd* più ombre che luci.

Secondo **Maria Luisa Cavina**, responsabile servizi intermediari di **Ivass**, che ha aperto il dibattito, moderato da **Maria Rosa Alaggio**, *Idd* ha cambiato molte cose ma nella sostanza la normativa non fa che allinearsi alle migliori pratiche già presenti sul mercato, sia per quanto riguarda le imprese, sia per quanto riguarda i distributori. "Ora - ha spiegato - si tratta di stabilire quanto, in media, il nostro mercato fosse vicino o lontano alle *best practice*. È indubbio che la riforma sia enorme, ma nel concreto ciò che è veramente nuovo è che si chiedono a imprese e intermediari modelli organizzativi più strutturati".

UNA VOLONTÀ POPULISTA?

“Dietro le preoccupazioni degli intermediari - ha detto Stella Aiello, responsabile della Commissione distribuzione di Ania - c'è una profonda sfiducia e, in alcuni casi, poca obiettività: occorre seguire una logica di collaborazione e andare contro la volontà populista". Nel confronto, schietto, che ha animato la tavola rotonda, Aiello ha voluto chiarire che la compagnia ha la responsabilità della strategia di distribuzione "non perché vuole mettere il naso negli affari del distributore, ma perché c'è un atto delegato che la obbliga a farlo".

D'altra parte, ha chiosato Maria Luisa Cavina, responsabile servizi intermediari di Ivass, "i rischi di *misselling* sono dietro l'angolo e il nostro ruolo è anche allontanare le mele marce dal cesto: cosa che è nell'interesse degli intermediari".



Da sinistra: **Vittorio Verdone**, direttore normativa reti distributive di UnipolSai; **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia; **Maria Luisa Cavina**, responsabile servizi intermediari di Ivass; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Stella Aiello**, responsabile della Commissione distribuzione di Ania; **Luca Franzi De Luca**, presidente di Aiba; **Claudio Demozzi**, presidente di Sna; **Luigi Viganotti**, presidente di Ach

Insomma dalla normativa emergono “spazi di opportunità”. Tutto sta, ha proseguito Cavina, nel “fare bene il proprio lavoro”. Ciò significa “se l’impresa fa bene il processo di *target market*, fornisce informazioni strutturate alla rete e l’intermediario è in grado di mettere a terra quello che riceve”, il risultato non può che essere positivo per il mercato (consumatore compreso).

NON DEMONIZZARE LE REGOLE MA CONOSCKERLE

Ma già nelle parole (e nei fatti) di Ivass, sono chiari gli impegni richiesti ai player. Il Regolamento 40, che sostanzialmente riorganizza la distribuzione assicurativa, è stato definito da **Stella Aiello**, responsabile della Commissione distribuzione di **Ania**, “un’*opera omnia*”. La base da cui partire per scalare quest’opera omnia, ha insistito Aiello, “è trovare punti d’incontro” tra compagnie e intermediari per gestire le difficoltà. “Ania – ha ricordato Aiello – ha aperto un tavolo con gli intermediari, perché siamo tutti esposti a un rischio sanzionatorio molto maggiore: il modo migliore per tutelarsi è non demonizzare le regole. Non negarle, ma conoscerle. La finalità del tavolo non è imporre una visione: abbiamo chiesto alle associazioni di farci sapere come potevamo essere d’aiuto”. Secondo Ania ogni compagnia dovrebbe dialogare con il proprio gruppo

aziendale perché ogni impresa ha la propria strategia di vendita.

Ma l’attività di Ania ha spaziato anche su altri fronti: in primis su quello della *Pog*, “un lavoro che ci ha impegnati nove mesi con la collaborazione di 25 imprese”, ha detto Aiello. “Abbiamo tracciato un possibile schema operativo per garantire alle imprese efficienza nel business e rispetto delle regole”.

LO SCONTENTO DEGLI AGENTI

Evidentemente, però, qualcosa non va, almeno dal punto di vista degli intermediari. **Claudio Demozzi**, presidente di **Sna**, ha contestato soprattutto l’atteggiamento delle compagnie che, prendendo a pretesto la normativa, tentano di dettare la linea e controllare indebitamente le reti. “L’impresa guida le reti nell’applicare le norme – ha sottolineato – ma quando si dà questa patente, poi occorre controllare”. Secondo Demozzi, le urgenze quotidiane ci riportano alla realtà: “molte compagnie – ha rivelato – ci propongono un questionario da sottoporre al cliente di sei pagine, con informazioni non coerenti con la polizza che stiamo vendendo. Ora – si è chiesto il numero uno di Sna – io sono remunerato per vendere un contratto o per raccogliere informazioni?”.

Se da un lato per **Anapa Rete ImpresAgenzia** la que-

stione delle informazioni è più marginale, a patto che sia concessa la co-titolarità dei dati dei clienti, dall'altro **Vincenzo Cirasola**, presidente dell'associazione, si è scagliato contro una parte specifica del Regolamento 41: "Ivass – ha spiegato – impone esplicitamente un potenziamento dell'*home insurance* tramite pagamento del premio dopo il primo rinnovo, denuncia del sinistro e riscatto dalla polizza vita". Secondo Cirasola, questi elementi, sommati all'introduzione dell'*intermediario esente*, sono "la prova di un'incentivazione alla disintermediazione del mercato assicurativo".

LIBERTÀ DEL BROKER E PRODOTTI SCADENTI

Dal canto loro, i broker, temono di veder cambiare il loro rapporto di libertà con le compagnie. Lo ha esplicitato chiaramente **Luigi Viganotti**, presidente di **Acb**, spiegando quanto siano preoccupanti le disposizioni che le compagnie daranno attraverso la Pog. "Fino a che punto noi broker, che non facciamo parte della rete distributiva della compagnia, dovremo accogliere una

determinata strategia di vendita imposta dall'impresa? Siamo noi a dover disegnare la nostra strategia di distribuzione. Non vorremmo – ha aggiunto – che la compagnia sia ora più libera di andare direttamente sui clienti delle aziende di brokeraggio più piccole".

Anche perché, se le strategie delle imprese mirano alla standardizzazione, si pongono esattamente dall'altro capo del filo del broker. In un intervento molto accorato, **Luca Franzì De Luca**, presidente di **Aiba**, ha contestato con forza proprio l'affermazione da cui era partito il dibattito: "ma quali sono le *best practice* del mercato? Quelle che spingono il consumatore verso il prezzo più basso?", ha detto Franzì De Luca. "Mi preoccupa – ha continuato – la standardizzazione al minimo verso cui si sta andando. Parliamoci chiaro: la qualità dei prodotti è sempre più scadente, soprattutto per quanto riguarda le polizze salute, quelle che, tra l'altro, dovrebbero coprire un bisogno crescente nella popolazione".

VERDONE: STIAMO CALMI

Diffondere il panico, tuttavia, non serve, ha sottolineato **Vittorio Verdone**, direttore normativa reti distributive di **UnipolSai**, che ha precisato come, nel caso dell'impresa di Bologna, l'interlocuzione con i gruppi agenti è "fitta, intensa e soddisfacente per tutti".

Concentrarsi troppo sulla regolamentazione non è utile, ha aggiunto: "i processi resi necessari dalla normativa – ha detto – il più delle volte coincidono con quelli già attuati dalla compagnia. Poi è vero che la legge spinge su alcuni formalismi che possono essere considerati eccessivi. Ma la trasformazione del mercato passa attraverso molteplici fattori, come la domanda, l'offerta, la tecnologia e la competizione: è necessario lavorare su queste spinte, e sui processi che migliorano l'efficienza e l'organizzazione, a prescindere dalle norme", ha chiosato.

