

UEA, PER UN'ETICA DELL'ASSICURAZIONE

L'ASSOCIAZIONE PROPONE UN'IDEA DI SVILUPPO DELLE CONOSCENZE ALTERNATIVA E COMPLEMENTARE ALLA FORMAZIONE CHE OFFRE IL MERCATO AGLI INTERMEDIARI TRADIZIONALI. DA IDD AI NUOVI RISCHI, PER RIBADIRE IL RUOLO SOCIALE DELL'AGENTE E PER UN'INTERMEDIAZIONE FATTA A REGOLA D'ARTE

Nella distribuzione dei prodotti, molti campi tecnici e operativi vanno oltre l'offerta. Se da un lato le compagnie spingono sulle tematiche della vendita attraverso standardizzazione del prodotto, target market e consulenza mirata, dall'altro gli intermediari tradizionali devono fare i conti con nuove competenze da acquisire e una normativa sempre più stringente. Esistono quindi molti aspetti ancora poco chiari agli intermediari tradizionali e che è necessario approfondire.

Dalla loro parte, da sempre, è schierata Uea, l'Unione europea assicuratori, le cui iniziative si discostano dalle logiche commerciali delle compagnie per concentrarsi sullo sviluppo di un'etica della cultura assicurativa, cercando contemporaneamente di supportare gli intermediari nel loro aggiornamento professionale.

SI PUÒ FARE DI PIÙ

Secondo **Roberto Conforti**, presidente di Uea, intervistato da *Insurance Review*, c'è una profonda differenza tra la conoscenza del prodotto che gli intermediari sono tenuti a padroneggiare, e la conoscenza del rischio che il cliente chiede di coprire. "Gli intermediari professionali – argomenta Conforti – possono e, con l'entrata in vigore della *Idd* direi devono, fare molto di più; ad esempio acquisendo competenze nelle tecniche di intervista e nelle nuove metodiche di gestione dei rischi emergenti, quali sono quelli legati alla prevenzione e all'assistenza sanitaria. Oggi gli intermediari sono chiamati a conoscere norme che cambiano in continuazione, e anche rischi che fino a pochi anni fa non esistevano. Per questo – continua – Uea negli ultimi anni si è concentrata su segmenti di rischio in cui una conoscenza verticale può fare la

differenza: penso ai *cyber risk* e ai *reputational risk*; ai rischi connessi all'evoluzione normativa, con l'entrata in vigore della legge sull'omicidio stradale o all'applicazione del Dlgs 231/2001, ma anche ai danni ambientali e catastrofali; o ancora, ai rischi specifici del settore agroalimentare, oggetto di vari convegni Uea in occasione di Expo 2015".

L'INTERVISTA ESCLUSIVA

Il ruolo delle funzioni commerciali e di marketing, si diceva, è sempre più influente all'interno delle strategie di distribuzione del settore. L'obbligo di definizione del target market, in particolare, aggiunge complessità inedite nei processi di disegno e collocamento dei prodotti. Per quanto riguarda il collocamento, dice Conforti, gli intermediari, studiata la categoria di consumatori per i quali il produttore ha disegnato la polizza, "devono verificare che il consumatore che stanno intervistando vi



@ Deegreez - iStock

rientri, e che la stessa non gli arrechi pregiudizio alcuno, né al momento della conclusione del contratto, né negli anni successivi”. Sarà sempre responsabilità dell’intermediario, verificare che la soluzione adottata per coprire i rischi in questione sia adeguata e coerente con i bisogni realmente evidenziati nel corso dell’intervista.

IL MODELLO UEA PER IDD

Insomma, è evidente che in questa visione, in cui l’intermediario tradizionale mantiene il suo ruolo centrale tra i canali distributivi, le responsabilità delle agenzie nella relazione con i clienti aumentano. Le normative, soprattutto Idd e Gdpr, hanno influenzato anche i programmi di formazione delle compagnie. Secondo il presidente di Uea, si tratta di due norme “dirompenti per il nostro settore che hanno, giustamente, catalizzato l’attenzione di tutti gli operatori”. Uea ha iniziato a occuparsi di



Idd tre anni fa, organizzando anche un convegno con la partecipazione, tra gli altri, il consigliere della Corte di Cassazione, **Marco Rossetti**, spiegandone gli aspetti che incidono maggiormente sull’intermediazione professionale in termini di responsabilità. Oggi, l’associazione propone aule di formazione dedicate a ciò che chiama *Modello Uea*, cioè “un vero e proprio modello organizzativo di agenzia da adottare per adempiere ai requisiti normativi”, precisa Conforti.

VISIONE TERZA E APPROCCIO SCIENTIFICO

La *mission* di Uea, fin dalla sua fondazione nel 1973, è sviluppare la cultura assicurativa e la crescita professionale degli intermediari. Con questo scopo, l’associazione cerca percorsi di formazione differenti rispetto ai programmi elaborati dagli operatori. “Nel corso degli anni - spiega Roberto Conforti, presidente di Uea - abbiamo inteso fornire al mercato un’alternativa di libero pensiero, svincolata tanto dalle logiche di compagnie e gruppi agenti, quanto dalle tematiche propriamente sindacali, e focalizzata su alcuni assi portanti. Due su tutti: il fondamento etico delle assicurazioni e la tutela della legalità e della libera concorrenza”. In 45 anni di attività, Uea ha sviluppato partnership con università, istituzioni economiche ed enti trasversali rispetto al settore assicurativo, che le hanno permesso di proporre una visione terza e un approccio scientifico ai vari temi.

CONSULENZA E PRIVACY VANNO INSIEME

“Del Gdpr - aggiunge il presidente - ci siamo occupati nell’ultimo congresso, a Bologna, e anche in questo caso lo abbiamo fatto, credo, in modo distintivo: parlando di *privacy di agenzia*, grazie al contributo dell’avvocato **Rudi Floreani**, e di consulenza privacy alle aziende clienti, con l’intervento di esperti di tecnologie e sistemi iperconvergenti, informatica forense e *cyber security*, arrivando a delineare un vero e proprio percorso di *risk assessment* virtuale”.

In un mondo in cui il consumatore è più esigente, ma non per questo più informato, secondo Uea, c’è ancora un grande spazio per un intermediario assicurativo in grado di aiutarlo a capire quali sono i suoi reali bisogni di protezione e, successivamente, a orientarsi tra le opzioni a disposizione, di cui spesso conosce quasi esclusivamente il prezzo. **FA.**