

AGENTI, INVESTIRE SULLA PROFESSIONALITÀ

di BENIAMINO MUSTO

DAL CONFRONTO TRA JEAN-FRANÇOIS MOSSINO E FRANCESCO SAPORITO, L'ANALISI DELLE PRINCIPALI TENDENZE SULL'INTERMEDIAZIONE A LIVELLO EUROPEO. NEL NOSTRO PAESE RISULTANO OGGI INDISPENSABILI NUOVE STRATEGIE PER MIGLIORARE, ALL'INSEGNA DELL'UNITÀ, IL RUOLO DELLE RETI AGENZIALI



Jean-François Mossino
presidente gruppo agenti Sai

Sono sempre di più le novità legislative che stanno cambiando l'orizzonte delle reti agenziali. Non solo a livello italiano, ma anche europeo. Durante il convegno sono intervenuti **Jean-François Mossino**, presidente Gaa Sai e **Francesco Saporito**, presidente associazione agenti Unipol per confrontarsi e fare il punto sul rapporto tra mercato e innovazione, in un momento in cui l'integrazione tra le due reti Unipol e Fonsai promette di modificare in modo significativo l'assetto distributivo del nostro Paese.

LA TRASPARENZA NELLE REMUNERAZIONI

Mossino, componente del management committee del Bipar (Bureau international des producteurs d'assurance et de réassurance, federazione internazionale che rappresenta 50 associazioni professionali dell'intermediazione assicurativa, provenienti da 32 paesi) ha esordito citando le più recenti normative in fase di studio a livello europeo. Una situazione in evoluzione, con ben 600 emendamenti in discussione e tre commissioni al lavoro. Svariati sono i segnali che stanno caratterizzando la discussione su quelli che saranno gli orientamenti futuri. Mossino ne riporta i quattro principali. Il primo è l'insistenza spasmodica sulla trasparenza delle remunerazioni, "cioè il volere che gli intermediari di assicurazione comunichino prima di fare un contratto quanto guadagnano", precisa. Perché tutta questa insistenza? "Già dal 2003 nel nord Europa hanno adottato questo sistema – ricorda Mossino – e ora gran parte della distribuzione assicurativa europea comincia a risentire di questo sistema il cui obiettivo è spaccare in due il costo assicurativo, tra quanto costa assicurarsi e quanto costa l'intermediazione".

CONSULENZA INDIPENDENTE E TIED AGENT

Altri due segnali che emergono, legati tra loro “sono rappresentati dalla continua insistenza sulla terminologia *consulenza indipendente* da un lato, e dall’altro il non voler permettere a chi fa il consulente di avere delle provvigioni”. Dunque l’Europa sembra “insistere nel dire: o fai l’intermediario indipendente, o fai l’intermediario consulente, e quindi in questo caso ti fai pagare dal cliente, oppure fai un altro tipo di intermediazione. E qui si insinua una terminologia che stiamo contrastando da anni, e che è quella dell’intermediario legato (tied agent)”. Questa è la tendenza, questo è l’orientamento. Mossino ricorda che nel nord Europa questo tipo di impostazione ha provocato la scomparsa di circa il 60% degli intermediari tradizionali. “Non siamo d’accordo con un mercato senza professionalità – sottolinea Mossino – un mercato che non ha come valore aggiunto la prossimità con il cliente. Bisogna rimarcare, in queste sedi di discussione, che i Paesi del sud Europa hanno una cultura, una mentalità e delle esigenze che sono diverse da quelle del nord Europa”. Quarto e ultimo segnale è il fatto che la nuova direttiva si propone di imporre regole uguali per tutti, e quindi anche per la vendita diretta. Mossino prova a guardare la questione dal lato dell’ottimismo: “l’Italia – ricorda – ha delle grosse fette di mercato da sviluppare”.

LAVORARE INSIEME PER UNA NUOVA RELAZIONE CON IL CLIENTE

Francesco Saporito ricorda quanto “l’Italia è un contesto anomalo rispetto all’Europa: non esiste un altro mercato intermediato per l’85% dagli agenti”. Su questo tema gli agenti scontano un lunghissimo tempo di tranquillità. “Abbiamo perso – ricorda Saporito – quasi 950 milioni di euro di fatturato in termini di premi, di cui 850 sono di competenza delle reti agenziali. Ma la cosa più preoccupante – ammette – è che abbiamo perso 100 milioni di provvigioni”. Il mercato, dunque, si è ridotto: in parte per via della concorrenza delle compagnie dirette. Ma dei 100 milioni di provvigioni persi, solo 25 sono relativi alla Rc auto. La cosa più inquietante – evidenzia Saporito – è che abbiamo perso grandi provvigioni nei cosiddetti rami elementari. Se non lavoreremo insieme per costruire maggiori occasioni di confronto con i nostri clienti noi perderemo la battaglia”, ammonisce. Se si continuerà a ragionare in una logica individualista tutti avranno grandi difficoltà. “Sull’innovazione – spiega – penso che i gruppi agenti, attraverso un ruolo diverso di partnership con le imprese, possano costruire un percorso che salvaguardi le competenze e le capacità”. Ma, ancora più importante, è la cooperazione tra gli agenti, in un mercato che sta velocissimamente cambiando. “Abbiamo avviato da tempo un percorso di ridefinizione del modello

agenzia”, ricorda Saporito. Negli ultimi anni molte agenzie si sono messe insieme, attraverso un percorso condiviso, “perché da soli non si può più competere”. L’obiettivo è costruire una rete all’interno della quale ci siano “agenzie più grandi, più organizzate, più strutturate. Il modello che abbiamo finora gestito non funzionerà più – ammette Saporito – non possiamo più permetterci di spendere il 60% delle risorse per il back office. Non possiamo più pensare ad agenzie dove tutti fanno tutto: la specializzazione è necessaria. La relazione commerciale attraverso gli strumenti di marketing e di conoscenza del cliente devono essere ampliati. Il problema vero è creare nuove professionalità all’interno della struttura delle attuali agenzie. Solo su questo – conclude – si potranno recuperare i margini per essere più vicini al cliente, che è poi la cosa che conta di più”.



Francesco Saporito
presidente associazione agenti Unipol

