

COMPAGNIA E RETE AGENZIALE, UNA SINTONIA RITROVATA

di BENIAMINO MUSTO

NELL'ULTIMO ANNO E MEZZO ZURICH ITALIA E IL GAZ SONO RIUSCITI A SIGLARE ACCORDI SIGNIFICATIVI GRAZIE A UNA RINNOVATA CONCORDIA CHE HA CHIUSO UNA LUNGA FASE DI TENSIONI NEI RAPPORTI TRA LE DUE PARTI. ENRICO ULIVIERI, PRESIDENTE DEL GRUPPO AGENTI, E MICHELE COLIO, HEAD OF RETAIL DISTRIBUTION DELLA COMPAGNIA, SPIEGANO COME SI È ARRIVATI A FAR EVOLVERE LA COOPERAZIONE TRA INTERMEDIARI E MANDANTE

Un rapporto sull'orlo di una crisi di nervi che si trasforma in una cooperazione virtuosa tra due soggetti che lavorano in sintonia. Dopo anni di relazioni contraddistinte da costanti tensioni, il rapporto tra **Gruppo Agenti Zurich** (Gaz) e la mandante ora ha cambiato pelle. Come si sia riusciti a vincere le reciproche diffidenze lo hanno spiegato nel corso del convegno *La forza degli intermediari* i due protagonisti principali di questa relazione, **Enrico Olivieri**, presidente del Gaz, e **Michele Colio**, head of retail distribution di **Zurich Italia**. Un grande merito nel rasserenamento dei rapporti, come riconosciuto dallo stesso Olivieri, è merito dell'approdo di Colio nella compagnia. "Quando Michele è entrato in Zurich – ha detto Olivieri – non era un bel momento per le nostre relazioni industriali, e devo dire che sin dai primi momenti si è vista quanto meno la possibilità di capire a fondo i motivi che ci avevano portato a essere così conflittuali".

UNITI DI FRONTE ALLA PANDEMIA

Questo cambio di passo è avvenuto solo poche settimane prima dello scoppio della pandemia. "Abbiamo immediatamente capito che i colleghi in quel momento avevano bisogno di tutto tranne che di conservare una conflittualità che in questa specifica fase storica non avrebbe avuto senso", ha osservato Olivieri.

Ma un ruolo centrale lo ha giocato anche la sintonia personale tra Olivieri e Colio, "basata su sincerità e trasparenza. La forza di potersi dire anche *no* ci ha dato l'opportunità di mediare delle posizioni che sembravano inconciliabili", ha osservato il presidente del Gaz, sottolineando che "in tre mesi abbiamo concluso un accordo come quello sui dati, che nei quattro anni precedenti non eravamo stati in grado di chiudere, centrando un obiettivo che sembrava impensabile". Dal canto suo, anche Colio ha detto di trovarsi bene nel relazionarsi con Olivieri. "È una persona molto diretta, a cui posso dire sempre ciò che penso. Io pretendo sempre nel cercare di semplificare e accelerare, e lui da questo punto di vista è una persona aperta e disponibile".

I TRAGUARDI RAGGIUNTI

Olivieri è poi entrato nel dettaglio dei traguardi raggiunti, a partire dal già citato accordo dati. "Eravamo tra i pochi gruppi che ancora non lo avevano. Quello che ha contraddistinto questa fase della trattativa è stata innanzitutto la chiarezza degli obiettivi. E poi devo aggiungere che rispetto al passato c'è stata la disponibilità degli uni nei confronti degli altri nel cercare di dare un valore a quello che poteva significare, in un momento di grande difficoltà, fare le cose assieme.



Da sinistra: **Enrico Ulivieri**, presidente del Gaz; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Michele Colio**, head of retail distribution di Zurich Italia

Non dimentichiamoci che quella è stata una fase davvero drammatica, in cui era imprescindibile dare un segnale di grande vicinanza tra di noi”.

In una fase così particolare del mercato, Zurich Italia ha deciso non solo di aumentare la tabella provvigionale all'intera rete, ma di trasformare i sostegni erogati agli agenti da temporanei a fondo perduto. “Questo – ha detto Ulivieri – nel periodo pre-Covid sarebbe stato impensabile, la compagnia lo avrebbe visto come un tipo di investimento improduttivo. Devo riconoscere a Michele che, in particolare in quel periodo, ci è stato molto vicino e per noi è stato importante finalmente ritrovare quell'aiuto e quel sostegno che noi da anni avevamo dimenticato. La nuova tabella provvigionale dimostra anche che chiedendo persino i risultati apparentemente utopistici possano essere raggiunti”.

L'INVESTIMENTO SULLE RETI FISICHE

Colio, dal canto suo, ha sottolineato a più riprese il convinto intento di Zurich Italia di investire sulla distribuzione fisica, testimoniato anche dalla recente acquisizione della rete dei consulenti finanziari di **Deutsche Bank**. “Crediamo nell'intermediazione – ha detto Colio – per questo abbiamo investito per acquistare una rete di professionisti molto competenti, non per una piattaforma o un algoritmo”, anche se poi ha

precisato che “questo non significa certo rallentare il nostro processo di digitalizzazione e di riduzione della complessità”. Con i nuovi arrivati nel gruppo Zurich “cercheremo di creare delle sinergie con la rete degli agenti, pur restando due realtà distinte”.

La notizia dell'acquisizione è stata commentata positivamente da Ulivieri. “Questo investimento per noi è stato un segnale importante per dire che in Italia la compagnia ha l'interesse a rimanere e a investire. Ciò detto – ha aggiunto – è chiaro che questa è una sinergia che si verrà a creare, e come tutte le sinergie qualche grattacapo forse potrà darlo, perché siamo due realtà diverse che dovranno imparare ad andare d'accordo. Ma sono fiducioso che con la compagnia riusciremo a trovare, rispetto al passato, le giuste modalità per far sì che il cliente agenziale o del promotore finanziario, grazie a questa sinergia, possa accedere a servizi ancora migliori”.

I PROGETTI DI SVILUPPO FUTURO

Per le agenzie, Zurich Italia ha anche avviato un progetto pilota che coinvolge alcune realtà di piccole dimensioni, e che prevede la creazione di alcuni hub. “Riteniamo – ha detto Colio – che per dare una possibilità di sviluppo alle agenzie medio-piccole si debbano creare dei centri di competenza, delle economie di scala non solo orientate alla riduzione dei costi”. Con questo nuovo approccio distributivo, ha proseguito il manager, “invece di mettere pressione alle agenzie piccole e spingerle all'aggregazione, offriamo loro un'opportunità. Siamo ancora all'inizio. A gennaio partiremo con un gruppo di lavoro congiunto tra compagnia e gruppo agenti per svilupparlo nei prossimi mesi”.

Questa iniziativa, così come l'acquisizione della rete dei consulenti Deutsche Bank, rientra nella strategia di rafforzamento della distribuzione di Zurich in Italia. “Il prossimo anno – ha detto Colio – recluteremo meno, punteremo sulla crescita interna cercando di dare maggiori opportunità di sviluppo ai nostri agenti”. Accanto alle iniziative per la rete, ci sono altri due pilastri della strategia Zurich: l'impegno a ridurre l'impatto ambientale, e quello per la semplificazione: “mi rendo conto – ha osservato Colio – che per un cliente capire il valore del contratto appena sottoscritto non è sempre così immediato. Credo sia arrivato il momento di semplificare, rendere tutto più chiaro e trasparente, nei confronti degli intermediari e delle compagnie”.