

AUTONOMIA E COLLABORAZIONE, LE PAROLE CHIAVE DELLA TRIPLA A

di MARIA MORO

DALL'ASSEMBLEA ELETTIVA DELL'ASSOCIAZIONE AGENTI ALLIANZ (CHE HA RICONFERMATO PRESIDENTE BUSETTO) EMERGE L'IMMAGINE DI UN GRUPPO COESO, CON LA VOLONTÀ DI CRESCERE NEL DIALOGO CON GLI ASSOCIATI E CON UNA VISIONE CHIARA DEI PASSI DA COMPIERE PER RAFFORZARE LE AGENZIE. IN QUESTO IL RAPPORTO CON LA COMPAGNIA È ALL'INSEGNA DEL CONFRONTO COSTRUTTIVO PER IL RAGGIUNGIMENTO DI OBIETTIVI DI EFFICIENZA E PROFITTO CHE INTERESSANO ENTRAMBE LE PARTI

Poco più di dieci anni fa, era il febbraio 2014, nasceva l'Associazione Agenti Allianz come accordo di unificazione dei gruppi agenti di **Lloyd Adriatico (Gala)**, **Allianz Subalpina (Gna)** e **Ras** (confluito in **Uia**, l'Unione italiana agenti Allianz). Una scelta che, oggi, non può che essersi rivelata vincente: la AAA è un'organizzazione solida, attenta alle esigenze della rete, propositiva e collaborativa nel confronto con **Allianz Italia** pur mantenendo salda la barra dell'autonomia.

È l'immagine che emerge dalla due giorni di dibattito che ha accompagnato l'assemblea elettiva svoltasi il 7 e 8 marzo scorsi a Venezia, nella quale l'unica lista presentata, quella del presidente uscente **Ennio Busetto**, ha raccolto 637 voti su 672 votanti (35 le schede bianche). Con il riconfermato presidente Busetto, il consiglio direttivo per il triennio 2024-26 sarà composto da **Carmelo Bonfiglio**, vice presidente vicario, **Massimiliano Gadda**, vice presidente (delega commissioni Mid.co e Pmi), e dai consiglieri delegati **Chiara Baldacci** (delega commissioni Comunicazione e Motor), **Riccardo Bogogna** (delega Commissione IT – tavolo Regole e Processi / tavolo Semplificazione), **Sergio Di Bonito** (delega commissione Vita e Società collegate), **Anastasia Prevedello** (delega per amministrazione e commissione Sinistri), **Andrea Tonelli** (delega commissioni Retail Persone e Formazione) ed **Ennio Viola** (delega commissione IT – tavolo Regole e processi / tavolo Semplificazione).

L'assemblea ha anche provveduto all'elezione dei membri del collegio revisori dei conti (eletti **Gaia**

Verdone, Margherita Gallusi, Marco Mezzotoni, Marco Luise) e del collegio dei probiviri (**Andrea Gumiero, Luciano Colazzo, Vittorio Germino, Giovanni Marrazzo e Sauro Berretta**).



Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz

All'evento è stato ospite il presidente di **Sna**, **Claudio Demozzi**, il quale in apertura dei lavori è intervenuto ricordando che l'unificazione dei gruppi agenti che hanno dato vita alla tripla A è avvenuto “non senza sacrificio dei particolarismi, ma è stato il prezzo minimo da pagare per essere più forti; un valore, quello dell'unità, che è alla base di ogni rappresentanza”. Demozzi ha ricordato come in ogni caso l'autonomia nelle scelte strategiche sia alla base di una professionalità forte e orientata a servire al meglio i clienti: “con questo riferimento è stata condotta la trattativa di AAA con la compagnia che ha permesso al gruppo di ottenere per primo la titolarità dei dati dei clienti”.

Il tema portante delle due giornate di lavori è stata l'intelligenza artificiale, con le sue opportunità per il business e le incognite sull'impatto nell'attività di agenzia e nel rapporto con il cliente. A lanciare il tema è stato invitato **Alessandro Vitale**, ceo di **Conversate**, che ha disegnato i confini reali dell'IA di oggi e portato esempi concreti dell'utilizzo dell'IA generativa. Per prima cosa, Vitale ha ricordato che “l'intelligenza artificiale che tutti abbiamo in mente, quella che apprende da sola, è detta *generale* e al momento è poco meno che fantascienza”. Gli algoritmi in uso oggi appartengono all'IA *debole* o *ristretta*, cioè che sa fare molto bene una cosa specifica. Questo dovrebbe assicurare rispetto al fatto che l'IA, anche nella sua forma generativa, è comunque “solo” uno strumento utile e potente che va governato con competenza, strategie chiare e nel rispetto delle norme di trasparenza e privacy. Le applicazioni oggi possibili trovano tutte casi d'uso nel settore assicurativo, ma consentono anche di far crescere l'interazione con i clienti e di aprire a modalità di comunicazione asincrona.



UN CONFRONTO ATTIVO CON LA COMPAGNIA

L'impegno del nuovo consiglio ricalcherà le linee del triennio appena concluso, avendo presente l'obiettivo primario di rappresentanza della rete verso la compagnia e nello stesso tempo ponendo attenzione alla crescita professionale ed economica degli agenti e dei loro collaboratori, “in un contesto – ha detto Busetto nel discorso di presentazione della candidatura – in cui dubbi e incertezze sono superiori rispetto al passato, in particolare per l'impatto che avrà l'intelligenza artificiale sull'attività e sui modelli distributivi. I vantaggi che arrivano dalle tecnologie sono indubbi ma vanno gestiti, anche nell'ottica di mantenere l'autonomia delle agenzie”. Il presidente non ha dimenticato di sottolineare il ruolo determinante che hanno avuto gli agenti negli ottimi risultati (a livello di gruppo il 2023 si è chiuso con un volume d'affari totale pari a

COMMISSIONI, STRUMENTO DI CRESCITA PER LA RETE

Le commissioni, coordinate dai consiglieri, sono la vera piattaforma di confronto dell'Associazione Agenti Allianz sulle esigenze e le osservazioni che arrivano dalla rete, il laboratorio da cui emergono le istanze che la rappresentanza porta alla compagnia. Nel triennio appena concluso si sono rafforzate come organo di elaborazione di proposte verso la compagnia e di progetti per migliorare la gestione della Tripla A e il coinvolgimento della rete agenziale. La commissione *vita*, coordinata da **Gaetano Caradonna**, si è concentrata sulla proposta di revisione dei prodotti, con ampliamento dell'offerta, e delle strategie di investimento (ritorno della gestione separata); tra le novità la convenzione per il cross-selling tra vita e danni, il miglioramento dell'efficienza gestionale sul ramo, la remunerazione e incentivazione per l'agente.

La commissione *motor e retail*, guidata da **Andrea Tonelli**, ha perseguito l'obiettivo del miglioramento dei prodotti in collaborazione con la compagnia: si è

lavorato molto su un'offerta motor più competitiva, nel retail sono stati rinnovati la proposta casa e il prodotto salute in uscita quest'anno.

La commissione *Pmi e mid corporate*, coordinata da **Carmelo Bonfiglio**, ha posto l'attenzione sulla rivisitazione dei prodotti e dei servizi per una risposta più profilata sulle esigenze di copertura delle aziende.

Matteo Arisi, della commissione formazione, ha illustrato il lavoro di ampliamento dell'offerta formativa per la rete, strutturata sui temi utili alla crescita professionale degli agenti e dei loro collaboratori.

La commissione IT e il tavolo regole e processi, seguiti da **Riccardo Bogogna** ed **Ennio Viola**, hanno lavorato per efficientare l'utilizzo delle tecnologie e agevolarne l'inserimento nei processi dell'agenzia, nell'implementazione di strumenti per raggiungere i clienti e, con il coinvolgimento della compagnia, nella semplificazione dei processi. Tra le attività della commissione amministrativa e sinistri, coordinata da **Anastasia Prevedello**, molto importante è stato il confronto con le realtà territoriali, insieme alla direzioni sinistri, e l'avvio della commissione sui sinistri salute.

161,7 miliardi di euro e una crescita del 5,5% sull'anno precedente).

I successi ottenuti, su tutti i fronti, sono stati possibili perché "si è mantenuta con la compagnia una relazione propositiva, pragmatica e leale. Un approccio necessario – ha spiegato Busetto – perché siamo parte con loro di un unico sistema, consapevoli però della forza che abbiamo e della responsabilità verso gli interessi degli associati". Tra i risultati ottenuti Busetto cita la revisione del provvedimento sulle catastrofi naturali e la gestione della Pog.

Non poteva mancare un riferimento al Progetto 51, a cui la Tripla A si è sempre opposta e che oggi appare

dormiente, con solo 25 agenzie aderenti. Se Busetto ha osservato che "non ci sono spinte all'adesione e chi vi ha aderito non ha ottenuto vantaggi specifici", il past-president **Umberto D'Andrea** ha invitato a "non escludere dalle forme associative le realtà interessate e cercare un rapporto non conflittuale".

TECNOLOGIA E FIDUCIA SONO LA BASE DELLA CRESCITA FUTURA

Allianz Italia sta lavorando sulle potenzialità dell'intelligenza artificiale per realizzare strumenti che possano aumentare le performance della compagnia e supportare l'attività delle agenzie. La prospettiva adottata è



Giacomo Campora, amministratore delegato di Allianz Spa

quella di un metodo pervasivo e di lungo periodo, non la limitatezza della soluzione immediata. L'intervento dell'ad della compagnia, **Giacomo Campora**, è stato tutto incentrato sulla risorsa rappresentata dall'IA e sull'evoluzione che già ora viene delineata in termini di reti neurali, *deep learning*, *quantum computing*. Un excursus però fortemente radicato nel dna dell'azienda, da quando il *past* ceo di Allianz Spa, **George Sartorel**, ha impostato la compagnia sull'innovazione portando un forte cambio di mentalità. Il messaggio lanciato agli agenti è duplice: da un lato Campora ha rimarcato il grande impegno sul fronte tecnologico, con il raggiungimento di "un livello promettente nell'uso delle informazioni e la realizzazione di strumenti che ci permettono un cambio di passo". Ciò è stato evidente lo scorso anno, "partito da prospettive difficili, ma durante il quale i dati ci hanno permesso di avere il timone saldamente in mano e di ottenere buoni risultati". Dall'altro lato, ha lanciato un messaggio alla rete per un approccio mentale aperto verso una rivoluzione tecnologica che cambierà inevitabilmente il modo di lavorare: "Non possiamo più operare senza uso dei dati. Come azienda - ha detto - vi

aiuteremo a creare gli strumenti per migliorare l'efficienza nelle agenzie e supportare il vostro lavoro".

LE SFIDE DEI RISULTATI E DELLA DEMOGRAFIA

Il confronto con la compagnia è proseguito con gli interventi di **Paola Pietrafesa**, amministratore delegato di **Allianz Bank Financial Advisors**, alla guida di entrambe le reti distributive degli agenti Allianz e dei consulenti finanziari Allianz Bank, e del direttore commerciale di Allianz Spa, **Domenico Martiello**.

Pietrafesa ha parlato di crescita e ha in primo luogo riconosciuto l'apporto fornito dalla rappresentanza degli agenti Allianz sui tavoli di lavoro a cui partecipano compagnia e commissioni della Tripla A. "La crescita - ha detto - è oggi uno dei pilastri fondamentali del gruppo Allianz. Già da quest'anno siamo usciti da un approccio difensivo per entrare in una logica di attacco, in piena sinergia tra noi e gli agenti". La definizione di una strategia orientata alla crescita è un obiettivo condiviso con i rappresentati della AAA, "con i quali abbiamo lavorato in modo costruttivo e che ci hanno supportato e a volte corretto in alcune scelte" ha concluso la manager.

Guardando al futuro c'è un altro tema che preoccupa tanto la rete quanto la compagnia, cioè quello della tenuta di un modello economico nella distribuzione che appare poco attrattivo per i giovani. La questione, ha spiegato Domenico Martiello, riguarda tutte le professioni regolamentate che paiono soffrire più delle altre la dinamica demografica negativa: "abbiamo avviato soluzioni per favorire l'ingresso dei giovani a fronte di una riduzione degli agenti sopra i 60 anni. In questo modo in un anno l'età media degli agenti è passata da 57 anni a 54,4, una via sulla quale vorremmo proseguire con un intenso lavoro di reclutamento e la creazione di un *vivaio* di agenti e collaboratori da cui far emergere le figure che continueranno la professione".