

# MULTIACCESS, PROBLEMA O SFIDA?

di LAURA SERVIDIO

PREOCCUPAZIONE MA ANCHE OPPORTUNITÀ PER FAR RIPARTIRE LE ASSICURAZIONI IN ITALIA E IN EUROPA. È QUANTO È EMERSO NEL CORSO DEL CONGRESSO DEL GRUPPO AGENTI AXA, CHE SI È TENUTO LO SCORSO MAGGIO A FIRENZE. A RACCONTARLO, IL PRESIDENTE SERGIO ROVERA

Un evento importante per gli agenti **Axa**, quello del congresso di Firenze dello scorso maggio. “Innanzitutto – conferma **Sergio Rovera**, presidente del **Gaa** – in quanto primo incontro del gruppo europeo e poi, perché, per i prossimi due anni, la presidenza europea spetterà all’Italia e, come da abitudine, il vice presidente del gruppo agenti Axa della nazione a cui viene dato l’incarico, diventa il nuovo presidente europeo: nel caso specifico, **Mario Pedretti**, mio attuale vice”.



**Sergio Rovera**,  
presidente del gruppo agenti Axa

Filo conduttore del confronto con i rappresentanti europei, il *multiaccess*, che **Jean Philippe Vanden-schrick**, direttore reti distributive del gruppo Axa, ha voluto indagare per capire la visione degli agenti europei su questo tema. “È emersa – spiega Rovera – una generale preoccupazione verso il multiaccess: ferma restando la priorità del cliente, la preoccupazione comune è quella di veder tutelato l’agente, quale figura chiave del rapporto tra compagnia e assicurato, evitando un suo temporaneo utilizzo, per privilegiare, in un secondo momento, la compagnia diretta”.

## REGOLE CONDIVISE

Preoccupazione che ha trovato rassicurazione nella strategia di crescita e sviluppo del gruppo Axa, incentrata proprio rapporto con gli agenti. “In particolare, la definizione di regole condivise tra rete e compagnia, la formazione degli agenti e l’utilizzo di strumenti informatici, permetteranno di trasformare le attuali sfide in opportunità”. Uno strumento di particolare valore sarà

la **piattaforma comune** che consentirà al cliente digitale di accedere virtualmente al sito dell’agenzia, dove potrà interrogare la propria posizione, effettuare pagamenti, richiedere preventivi, trovare motori di ricerca, interrogare tariffatori di compagnia e altro ancora”. Il concetto di fondo, che noi agenti europei, seppur con le dovute differenze di cultura e abitudini, sosteniamo con forza, è la necessità di una corrispondenza totale tra agenzia fisica e virtuale: il cliente che accede al sito della propria agenzia non deve avvertire la differenza rispetto al luogo fisico e deve poter effettuare le stesse operazioni interagendo con le figure agenziali che ben conosce, per poi recarsi presso il consulente solo per usufruire di quella professionalità che rappresenta il suo valore aggiunto. Questa è la nostra idea di multiaccess”.

## L'AGENTE IN EUROPA E IN ITALIA

Il convegno è stata anche l'occasione per indagare le differenze di *vision* degli agenti di diversi Paesi, seppur accomunati da una stessa compagnia, sul tema del multiaccess. "Il modello a noi più vicino è quello della Germania, dove vi è una feroce concorrenza tra compagnia diretta e tradizionale, provvigioni in diminuzione e una forte battaglia sul prezzo, anche se il cliente privilegia la professionalità. La più diversa, la Spagna, per modello di rete e dimensione di portafoglio, dove la compagnia diretta ha creato non pochi problemi portando il cliente, spinto dalla crisi, alla ricerca del mero risparmio. Nel mezzo la Francia, dove la presenza della compagnia diretta Axa non crea problemi (chi si rivolge all'agenzia non va sulla diretta), pur restando forte l'esigenza del multiaccesso. Infine, il Belgio, dove la figura dell'agente è più simile a quella del broker, con una parte consulenziale di qualità (al pari della Svizzera), e il Portogallo, dove il virtuale è ancora da implementare. Fra tutti, emerge il livello professionale dell'agente italiano, generalmente riconosciuto tra i più elevati. In particolare, nel nostro Paese, esistono due tipi di clientela: quella che vede l'Rc auto come una tassa e sceglie la polizza unicamente in base al prezzo; quella che si documenta sul web, per poi rivolgersi all'agente dal quale, oltre al prezzo, si aspetta professionalità e assistenza, soprattutto in momenti cruciali, come quello del sinistro. Insomma, il cliente italiano, come quello tedesco, cerca risparmio ma privilegia la professionalità".

## INNOVARE, MA CON CRITERIO

Diversità a parte, la crisi è trasversale sull'Europa dove la tendenza generale è quella di ridurre i premi. "Offrire le polizze a un prezzo accettabile per il mercato scongiura il pericolo di perdere sottoscrizioni e, per agire sui premi, è necessario operare sui costi commerciali, distributivi e dei sinistri, ma soprattutto sulla digitalizzazione, laddove l'utilizzo di piattaforme di emissione contratti ottimizzano i costi, a condizione,

però, che non vadano a scapito della personalizzazione dei prodotti".

Innovare sì, ma sempre mantenendo la tradizione di una professione. "All'indomani del convegno, la nostra principale preoccupazione era che la compagnia potesse, nel futuro, fagocitare il canale agenziale, a vantaggio del canale virtuale, anche se le compagnie sanno che il valore più importante è il cliente e che, per non perderlo, devono puntare sulle reti, fidelizzandole: solo la professionalità dell'agente può creare una stabilità di portafoglio".

È necessario, però, affrontare cambiamenti importanti, per trasformarli in opportunità. "Nella nostra mozione di chiusura del congresso siamo stati chiari: l'intermediario deve restare il principale protagonista del mercato assicurativo italiano, a cui devono essere garantiti strumenti per operare in autonomia e professionalità. Dobbiamo fare tesoro di quello che ha funzionato in Europa adattandolo alla realtà italiana, e Axa – conclude Rovera – sembra intenzionata a sostenere la causa degli agenti".

①

