
PROFESSIONALITÀ CONTRO LA DISINTERMEDIAZIONE

di BENIAMINO MUSTO

IL PRIMO CONGRESSO DEL GRUPPO AGENTI AUGUSTA NELL'ERA DI GENERALI ITALIA HA RICONFERMATO LA PRESIDENZA DI FEDERICO SERRAO. L'APPUNTAMENTO HA VISTO LA PARTECIPAZIONE DI VARI ESPONENTI DEL MANAGEMENT DEL LEONE E DI TUTTI I PRESIDENTI GAA DEI BRAND CONFLUITI NELLA NUOVA COMPAGNIA

L'esito più immediato dell'ultimo congresso del **Gruppo agenti Augusta**, svoltosi a Rimini tra il 15 e il 17 maggio, è stata la rielezione a presidente di **Federico Serrao**, riconfermato alla guida con il 79% dei voti. Ma l'appuntamento era intriso di un significato particolare, per certi versi più ampio rispetto alla dimensione del gruppo agenziale riunito in congresso.

Quello di Rimini era il primo evento di questo genere a tenersi all'indomani della nascita di **Generali Italia**, in una fase di intensi cambiamenti per la rete distributiva.

Se, da un lato, il passaggio alla nuova compagnia schiude un nuovo orizzonte di obiettivi (e di possibilità), dall'altro, in questa fase iniziale, per gli intermediari sono presenti anche non poche difficoltà da gestire. Ma la compagnia, spiega il presidente Serrao, "sta costantemente supportando gli agenti nell'affrontare le varie problematiche che stanno progressivamente emergendo". A testimoniare questa vicinanza, è stata la presenza a Rimini di alcuni manager di primo piano di Generali Italia: **Bruno Scaroni**, chief distribution officer, **Marco Sesana**, chief operating officer, **Alberto Cucinella**, responsabile della divisione auto e **Antonella Maier**, responsabile dell'area vita ed employee benefits. In sala, assieme a loro, erano presenti anche tutti i presidenti dei gruppi agenti dei vari *brand* confluiti in Generali Italia: i vertici dei Gaa di **Lloyd Italico**, **Ina Assitalia** e **Toro** (assente solo **Roberto Salvi** del **Gaat**, costretto a dare forfait per cause di forza maggiore) e il presidente del gruppo agenti **Generali**, **Vincenzo Cirasola**.



Federico Serrao,
presidente del gruppo agenti Augusta

AMPLIARE IL SETTORE DELLE CONVENZIONI AUTO

Sostenere il settore delle convenzioni Rca con le case automobilistiche. È la richiesta che il **gruppo agenti Augusta** ha rivolto alla mandante **Generali Italia** nel corso dell'ultimo congresso dell'associazione, tenutosi lo scorso mese a Rimini. Ai manager della compagnia, presenti all'evento, "abbiamo chiesto un aiuto per aprire nuovi canali, e poterlo ampliare". Lo sottolinea il presidente del gruppo agenti, **Federico Serrao** che aggiunge: "quello delle convenzioni è un modo di fare business che la rete Augusta conosce molto bene". Su questo terreno, l'ascolto da parte della compagnia, rivela Serrao, "è stato positivo e proattivo". Non si tratta solo una modalità commerciale, ma di un servizio specifico nel quale l'agente Augusta si è fortemente specializzato negli anni. Pur con tutte le difficoltà del ramo auto crediamo che valga la pena sfruttare le peculiarità della rete Augusta per eccellere in questo ambito specialistico".

LA PROFESSIONE DELL'AGENTE SEMPRE PIÙ DIGITALIZZATA

Una delle giornate che hanno contraddistinto il congresso è stata quella di venerdì 16, quando si sono tenuti due momenti di analisi e di approfondimento tra agenti e compagnia.

Una prima tavola rotonda è stata dedicata all'evoluzione della figura dell'agente e alla digitalizzazione che si sta imponendo in misura sempre maggiore in questa professione, con un *focus* specifico riguardante il processo di integrazione in Generali Italia di tutte le reti. In quest'ultimo ambito, osserva Serrao, "la compagnia sta compiendo dei grossi sforzi per migliorare l'operato delle strutture di vendita: penso al tablet, alla firma biometrica, e a tutti quegli strumenti che consentono una più semplice preventivazione ed emissione delle polizze. Generali Italia – ammette – si sta impegnando molto per permetterci di approcciare in maniera diversa il cliente, in modo da poter avere sia un minor disbrigo di incombenze amministrative, sia la possibilità di efficientare e velocizzare maggiormente il servizio offerto al cliente". Quanto all'evoluzione della figura professionale dell'agente, il suo destino futuro dipenderà dalla sua capacità di sapersi innovare, "anche attraverso un tipo di attività professionale più dinamica, che può svolgersi molto di più al di fuori dei confini fisici della propria agenzia". A questo, va abbinato "un nuovo modo di fare consulenza e business, pur sempre ancorato a quei modelli del passato che si dimostrano ancora vincenti". Quali le caratteristiche dell'agente del futuro, e come contrastare le minacce di disintermediazione? "Occorre sicuramente puntare sulla professionalità, elemento che non passerà mai di moda. Anzi – rincara Serrao – più si alza l'asticella della competizione, più l'elemento della professionalità diventerà sempre più distintivo e vincente a favore di chi la possiede e a sfavore di chi non la possiede. In questo, diventa imprescindibile il ruolo della formazione".

PUNTARE SULLA PROTECTION

Un tema su cui la categoria in questo momento dovrebbe puntare con sempre maggiore determinazione è quello della *protection*. A questo argomento, il congresso ha dedicato una seconda tavola rotonda, nel corso della quale si è discusso in modo ampio, tracciando un quadro del contesto socio economico in cui gli agenti si trovano a operare, ed esplorando le possibili strategie di sviluppo del settore, percorribili attraverso i prodotti già presenti sul mercato. “La protection – spiega **Federico Serrao**, presidente del **gruppo agenti Augusta** – è un tema che, alla luce della progressiva diminuzione delle prestazioni del welfare nel nostro Paese, resta sempre di grande attualità. Da un lato c’è una crescente fragilità delle famiglie su questo versante, ma, dall’altro, anche la loro difficoltà nell’approccio a questo tipo polizze”. Non solo: “parlare di protection significa anche prendere in considerazione prodotti rivolti non solo alle famiglie, ma anche alle aziende, come avviene nel caso degli *employee benefits*. Credo sia un ambito all’interno del quale noi agenti dobbiamo puntare con determinazione – aggiunge Serrao – per rafforzare la nostra figura professionale, in particolare per quanto riguarda il nostro ruolo consulenziale”.

IL CAMMINO VERSO IL CAMBIAMENTO

Quella attuale appare dunque come una fase di grande cambiamento, sotto molteplici punti di vista. Lo è ancor di più per gli agenti Augusta. “È ancora presto – spiega Serrao – per dare un giudizio definitivo su che cosa ha comportato o comporterà in futuro il passaggio a Generali Italia. Posso però ipotizzare quello che sarà: sicuramente il cambiamento è epocale, e le modalità di relazione con la compagnia diverse da quelle a cui eravamo abituati; ma una volta portato a termine nella maniera migliore, tutto questo, in futuro, ci potrà agevolare”. Il processo di integrazione in Generali Italia, che di per sé è un’operazione estremamente complessa, “ovviamente presenta anche qualche problema”, ammette. Com-



La nuova giunta del Gaa Augusta

pagnia e agenti, sottolinea il presidente del Gaa, stanno però affrontando ogni difficoltà fianco a fianco. In particolare, Serrao evidenzia “gli sforzi che Augusta per prima ha dovuto affrontare, essendo stato il primo brand a essere partito nel processo di integrazione, lo scorso 3 marzo. Ma il fatto di appartenere a un grande gruppo come Generali rende gli agenti Augusta “più tranquilli in tempo di crisi, essendo il Leone il primo player in Italia e uno tra i primi al mondo. È inevitabile che ci siano delle difficoltà – ammette – quando si avvia un processo del genere, perché si tratta di cambiare contestualmente modo di lavorare, sistemi informatici e prodotti; il tutto va a sommarsi con il poco tempo a disposizione per assimilare le novità, e con la necessità di indirizzare i clienti verso una nuova offerta”. È un processo di integrazione difficile, impegnativo: “una montagna da scalare non indifferente – secondo la definizione di Serrao – ma stiamo riscontrando la volontà da parte della compagnia, di essere disponibile al dialogo, anche per correggere in corsa eventuali effetti potenzialmente distorsivi rispetto a quelli che erano stati gli intendimenti iniziali. Anche perché – conclude Serrao – tra il prevedere e il fare c’è una bella differenza”.