

ESSERE BROKER, SENZA PAURA

di FABRIZIO AURILIA

DIGITALIZZAZIONE, PRODOTTI STANDARD, RISCHI COMPLESSI: MINACCE O OPPORTUNITÀ? PER L'INTERMEDIARIO SPECIALIZZATO OCCORRE, PRIMA DI TUTTO, FARE ORDINE E SAPER GUARDARE AGLI SPAZI DI MERCATO DI DOMANI. SE N'È PARLATO AL CONVEGNO NAZIONALE DI AIBA, A ROMA

Anche quest'anno **Aiba** ha chiamato intermediari, compagnie, autorità di vigilanza, aziende e risk management a confrontarsi sul futuro del settore assicurativo. Il *leit motiv* dei convegni annuali organizzati dalla principale associazione italiana dei broker è il *fare ordine*. Un'operazione non scontata in un settore che, da un lato, procede per compartimenti stagni (se non in conflitto tra loro), mentre dall'altro è sempre più contaminato da incursioni di attori esterni.

Il presidente di Aiba, **Carlo Marietti Andreani**, ha richiamato gli *stakeholder* a fare il proprio lavoro; in primis i broker, che rischiano di essere schiacciati da altri soggetti e marginalizzati da un mercato sempre più standardizzato. E poi c'è la tecnologia, la digitalizzazione, la multicanalità che, però, non spaventa: "il broker – si è domandato Marietti – ha paura? No, non ha paura, più che altro c'è una giusta preoccupazione, senza timore per le novità che devono essere l'occasione per dare, invece, un valore aggiunto".

Nel corso del convegno organizzato da Aiba a Roma, dal titolo *Il futuro del broker? Una sfida al presente. I nuovi scenari della mediazione assicurativa*, si sono affrontati i molteplici aspetti legati ai rischi e al mercato assicurativo, nell'ottica di un confronto che ha coinvolto tutte le anime del settore.

LE SCELTE DISTRIBUTIVE

Come accade da qualche anno, **Ania** e **Ivass** hanno partecipato all'evento per incontrare una categoria di

intermediari che può vantare interlocutori di alto profilo. Basti ricordare l'affidamento proprio a Aiba del coordinamento del tavolo sulla semplificazione della nota informativa per i prodotti del ramo danni. Proprio Ivass, con l'intervento di **Maria Luisa Cavina**, responsabile del servizio di vigilanza sugli intermediari, ha da un lato rassicurato i broker, dicendo di volerli "accompagnare verso una normalizzazione del mercato", e dall'altro ha rivendicato il processo di digitalizzazione quale "obiettivo strategico di Ivass". Le sfide di oggi, ha ammesso, potrebbero però trasformarsi nelle insidie di domani, qualora la Vigilanza non fosse estremamente presente: "la trasformazione digitale – ha ricordato – dipende da scelte a monte del modello distributivo ma, al momento, abbiamo importanti manifestazioni da parte degli operatori che vogliono continuare ad avvalersi dei canali tradizionali". A patto che, ovviamente, gli intermediari siano in grado di veicolare i servizi richiesti: per i broker, per esempio, significa soprattutto maggior manutenzione dei contratti nel post vendita.



QUANTO PESA IL RISCHIO COMMODITY

Le grandi minacce che coinvolgono il mondo industriale sono molteplici: dall'instabilità geopolitica ai cambiamenti climatici, passando per i rischi reputazionali e arrivando fino al cyber risk e ai rischi legati alla *supply chain*, in un mondo sempre più interconnesso. Ma non basta, come ha spiegato nel suo intervento il presidente di **Anra** e chief risk officer di **Prysmian**, **Alessandro De Felice**, perché "nel mercato c'è un elevato *rischio commodity* a causa della corsa agli sconti: questo - ha ammonito - creerà un peggioramento della qualità del portafoglio rischi delle imprese".

Ma l'appiattimento del mercato deriva anche, secondo **Filippo Emanuelli**, ad di **Belfor** in Italia, dalla "carenza dell'analisi del rischio". Il broker deve saper porre "le domande giuste". Le imprese tendono a sottostimare minacce importanti, quali la perdita di clienti chiave e gli eventuali costi di bonifica dopo un danno ambientale. Il pericolo, per l'intermediario, è essere percepito dalle aziende come un mediatore di polizze invece che come un consulente specializzato.

È necessario, allora, portare la discussione dal costo della polizza al costo del rischio, avendo come interlocutori i responsabili assicurativi, i risk manager e i chief risk officer, cioè la figura più coinvolta nella gestione dei rischi dal punto di vista della *corporate governance*. Nell'*enterprise risk management*, ha chiosato De Felice, "si realizza un'attività fatta di processi e di analisi, in cui gli aspetti di finanziamento e trasferimento del rischio tornano a essere molto importanti".

LO SPAZIO IN UN MERCATO IN CRESCITA

Intanto, però, dicono le compagnie, bisogna vendere. Per i broker, secondo la presidente dell'Ania, **Maria Bianca Farina**, lo spazio di crescita è grande: "la categoria - ha spiegato - distribuisce in media il 13% del mercato danni rispetto al 20-25% della media Ue: anche in Italia si può arrivare a quel livello". I dati mostrano che una Pmi su quattro (con fatturato tra 10 e 50 milioni di euro) si rivolge al broker per il suo fabbisogno assicurativo. Per questi professionisti, ha sostenuto Farina, c'è "un'opportunità di crescita grazie alla consulenza qualificata che non è certo sfavorita dall'innovazione tecnologica".

Rispetto alla fotografia delle quote di mercato attuali, Marietti ha però rimproverato ad Ania di non quantificare mai il flusso di premi che i broker veicolano alle agenzie.

Ma, mentre in Italia si combatte sui numeri e su chi porta il cliente a chi, negli altri Paesi (nord Europa e Gran Bretagna) i broker sono protagonisti di un nuovo mercato, come hanno raccontato, da diverse prospettive, **Carlo Palmieri**, ad di **Cp Consulting** e **Matteo Carbone**, principal di **Bain** in Italia. Le aspettative del cliente *digital*, che non si accontenta e vuole comunque una consulenza professionale per la scelta finale d'acquisto, e i nuovi ruoli dei broker in Europa, descrivono scenari sfidanti: in Regno Unito nel 2005 i broker erano 10 mila, oggi sono 4000. Ma chi non ce l'ha fatta non è stato spazzato via dalla tecnologia, quanto dalla paura di innovare.

AIBA DIVENTA DIGITAL

Anche per queste ragioni, l'associazione presieduta da Marietti ha realizzato una piattaforma, chiamata *Aiba Digital*, che consente lo scambio tra broker e compagnie di documenti e report contabili, senza interventi sui sistemi gestionali, con lo scopo di creare vantaggi in termini di efficienza, tempestività delle comunicazioni e risparmio di risorse umane dedicate all'amministrazione. Nei prossimi mesi, *Aiba Digital*, realizzata *in cloud*, potrà essere utilizzata anche per le polizze. Con questa piattaforma, l'associazione vuole contribuire a sciogliere la maggiore complessità del mercato, che chiede al broker una grande capacità di adattamento.