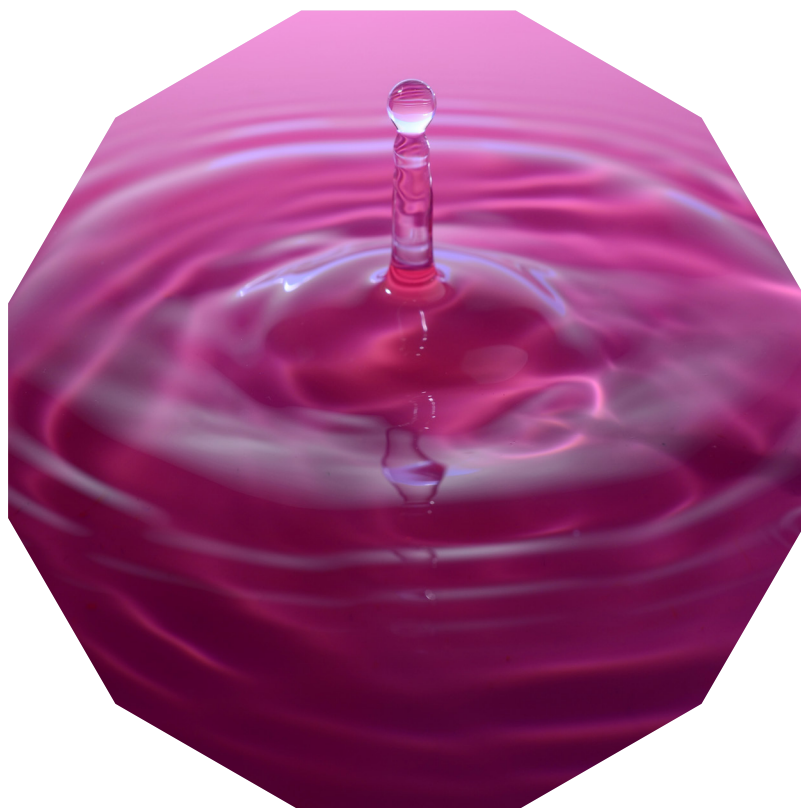


COSÌ CAMBIA LA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA

L'INTERMEDIAZIONE CAMBIA PELLE PER ADATTARSI ALL'EPOCA DELLA CONTINUA MUTAZIONE. I PROTAGONISTI DELLA QUARTA EDIZIONE DEL CONVEGNO, ORGANIZZATO DA INSURANCE CONNECT, HANNO APPROFONDITO GLI SCENARI DI MERCATO, INFLUENZATI DALLA NORMATIVA, DAL CONFRONTO POLITICO, DAL NUOVO RUOLO DEL MARKETING, DALLA DIGITALIZZAZIONE E DALLA DUPLICE NECESSITÀ DI TUTELARE IL CLIENTE E FARE BUSINESS





La trasformazione della distribuzione assicurativa passa per una nuova definizione: non più intermediazione ma, appunto, distribuzione. Lo impongono le normative europee ma anche i modelli di business delle compagnie. Quale spazio resta, quindi, per la consulenza professionale anche per i prodotti *retail*?

Se n'è discusso in occasione del consueto convegno sulla distribuzione assicurativa, organizzato lo scorso mese a Milano da **Insurance Connect**, editore di questo rivista, e interamente ideato e condotto dal direttore, **Maria Rosa Alaggio**. Il convegno, dal titolo *Così cambia la distribuzione assicurativa*, ha accolto circa 320 partecipanti e ha coinvolto tutti i principali protagonisti del mercato assicurativo: dagli agenti ai broker, dalle compagnie alle istituzioni, dal risk management al mondo legale.

Dalla presentazione della nuova edizione dell'*Osservatorio sulla distribuzione assicurativa*, realizzato in collaborazione tra **Scs Consulting** e Insurance Connect, è emerso come gli intermediari debbano stare al passo con l'evoluzione dei modelli di segmentazione della clientela, migliorare lo scambio di dati con la compagnia, pianificare una propria attività commerciale e di marketing e migliorare tutta la fase del post vendita.

Sotto il profilo della normativa, l'avvocato dello studio legale **Dla Piper, Chiara Cimarelli**, ha spiegato le caratteristiche giuridiche della nuova Idd: una direttiva di minima armonizzazione ma necessaria, che aumenta la pervasività dell'autorità di vigilanza.

Sulla direttiva si è accesa la prima tavola rotonda che ha coinvolto **Ania, Ivass, Anapa Rete ImpresAgenzia, Sna, Generali Italia** e **UnipolSai**. Un confronto che ha toccato tutti i punti critici del rapporto tra vigilanza-compagnie-agenti.

Nel pomeriggio, le associazioni dei broker, **Aiba** e **Acb** hanno partecipato a un dibattito insieme ad **Anra** e all'associazione dei consumatori, **Konsumer Italia**, discutendo sulle aspettative delle aziende e dei clienti retail rispetto al ruolo dell'intermediario specializzato.

Dopo il focus sui broker si è tornati agli agenti, in una tavola rotonda che ha approfondito la dialettica tra gruppi agenti e le mandanti: sono intervenuti l'**Associazione agenti Allianz**; il **gruppo agenti Milano-Allianz** e il **gruppo agenti Zurich**.

Di dialogo tra compagnia e intermediari, progetti comuni e possibilità di crescere insieme si è discusso, infine, nella tavola rotonda a chiusura del convegno, cui hanno partecipato **Cattolica Assicurazioni**; **Jean François Mossino**, presidente della commissione agenti europei al **Bipar**; **Alleanza Assicurazioni**; **Das**; il **gruppo agenti Generali Italia** e **Sergio Sorgi**, vice presidente di **Progetica**.

Sul sito, www.insurancetrade.it, tutti i video del convegno e le presentazioni dei relatori.