

UN SALTO DI QUALITÀ VERSO IL CONSUMATORE

di LAURA SERVIDIO

PER INCREMENTARE COMUNICAZIONE E CULTURA ASSICURATIVA, GLI INTERMEDIARI HANNO UNA FUNZIONE FONDAMENTALE. AIBA STA PER AVVIARE UNA JOINT VENTURE CON IL FORUM ANIA-CONSUMATORI ED È IN FASE DI PROGETTAZIONE UN COMPARATORE, NON BASATO SUL PREZZO MA SULLE GARANZIE E SUI CONTENUTI DELLE POLIZZE

Gli intermediari sono consapevoli di giocare un ruolo strategico nella creazione di una corretta educazione finanziaria nel nostro Paese. Limitata da due fattori: l'eccessiva complessità dei contratti e delle note informative, che genera diffidenza soprattutto verso le coperture non obbligatorie, e una scarsa consapevolezza su previdenza e cultura del rischio.

Sul primo punto, **Aiba**, l'associazione dei broker, si è fatta promotrice, presso le autorità, di una maggiore semplificazione, "attraverso - racconta **Luca Franzi de Luca**, presidente di Aiba - la predisposizione di regole che assicurino contratti facilmente leggibili, in cui l'oggetto e le esclusioni siano contenuti in un unico articolo". Sul secondo punto, l'impegno è verso una crescita culturale in ambito finanziario e assicurativo, che parta dalle scuole. "Per questo motivo - spiega - abbiamo aderito all'iniziativa *Io & i rischi* del **Forum Ania-Consumatori** che si pone l'obiettivo di insegnare agli alunni delle scuole secondarie la valutazione degli aspetti previdenziali, assicurativi e di tutela dei rischi", che sarà ampliata, nel prossimo anno, dalla partnership con Aiba.



Luca Franzi de Luca, presidente di Aiba

UNA PIAZZA VIRTUALE DI CONOSCENZA

Nei prossimi sei mesi, il sito Aiba si arricchirà di un comparatore, sul modello *fast quote*, che fornirà tabelle di comparazione incentrate sulle garanzie. "Ci stiamo impegnando - spiega Luca Franzi de Luca, presidente Aiba - per creare uno strumento facile da usare, efficace e di interesse generale: l'utente, sulla base della specifica esigenza, sarà indirizzato direttamente al broker più vicino e preparato su quel tema specifico". Ma non solo. Aiba vuole fare del proprio sito un utile strumento di valutazione anche in altri ambiti, come il car sharing, trasformandolo in una vera e propria piazza virtuale di conoscenza e informazione che avvicini gli assicurati al brokerraggio.

IL CONFRONTO È SULLE GARANZIE

Sempre nel 2017, l'associazione ha in cantiere un altro importante progetto ancora da definire che, una volta realizzato, potrebbe avvicinare i consumatori al mondo dell'intermediazione: un comparatore sui prodotti auto, non focalizzato sui prezzi, ma sulle garanzie. "Di norma - spiega - il consumatore verifica su Internet la tariffa migliore per poi rivolgersi all'agente di zona, senza neanche valutare la possibilità di ricorrere a un broker". Una tendenza su cui Aiba ammette la corresponsabilità degli intermediari: "dobbiamo essere più proattivi e farci meglio conoscere", dando all'utente informazioni diverse da quelle che trova sul web, e che non riguardano solo i costi.

In sintesi, è necessario un "salto di qualità che passi attraverso una comunicazione migliore e una maggiore cultura", fronte su cui grandi e piccoli broker sono oggi impegnati.