

Nuovi prodotti, tariffe più basse, migliore qualità

E' LA RICHIESTA DEGLI AGENTI ALLE COMPAGNIE. NIENTE LOTTA AL PLURIMANDATO, CONSIDERATO IL MEZZO PER SUPERARE LA SOTTOSCRIZIONE IN ITALIA, E PIÙ ATTENZIONE ALL'ASSICURATO. QUESTO L'INVITO DI VINCENZO CIRASOLA ALLA CONVENTION NAZIONALE GAA GENERALI CHE HA RIUNITO, A ROMA, OLTRE 500 AGENTI

Ideare nuovi prodotti e recuperare la fiducia dei clienti. Da qui deve partire l'azione degli agenti assicurativi secondo **Vincenzo Cirasola**, presidente del Gruppo Agenti del Leone, riuniti a Roma nella terza convention nazionale GAA Generali, dal titolo "Il nuovo mercato assicurativo: quali innovazioni per rilanciare lo sviluppo". "Dopo il successo di Trieste del 2005 e la riconferma a Bologna nel 2006, ha esordito Cirasola, abbiamo replicato l'appuntamento a Roma per parlare dell'innovazione nel mercato assicurativo e la semplificazione delle regole, con l'obiettivo di tornare a crescere. La liberalizzazione del mercato, infatti, ha aperto nuove prospettive, aumentando la mobilità dei clienti e

rafforzando il ruolo degli intermediari e chiamando le imprese a investire sul rinnovamento dell'offerta e il miglioramento dei servizi.

Nel 1969, ha proseguito Cirasola, con un garage e un bancone diventavi agente e le compagnie, tramite la propria rete agenziale, hanno fatto utili prevalentemente con le Rca e il Ramo Vita (noi perceivamo il 70% del premio, oggi faticiamo a prendere lo 0,50%), ma senza mai spingere sui Rami Danni. Oggi, tutto è cambiato: non si può fare business solo con l'Auto e il Vita e il Codice delle Assicurazioni ha enunciato i principi di professionalità, trasparenza e correttezza, anche se interpretati, in modo restrittivo, dall'Isvap."

La sottoscrizione in Italia

Oggi, il problema centrale è la sottoscrizione. "Siamo il quarto mercato europeo per dimensione e il gap con Regno Unito, Francia e Germania è in aumento; siamo al quarto posto nel Ramo Vita, al quinto nei Rami Danni e al sesto negli altri Rami, preceduti anche da Olanda e Spagna.

E ancora, in Italia operano un centinaio di compagnie di cui i primi 5 gruppi detengono l'80% del mercato e lavorano con agenti in esclusiva lasciando poco spazio alle compagnie straniere. Viceversa, in Olanda, su 15 milioni di abitanti, ci sono 500 compagnie e un mercato retail superiore al nostro. Ma allora, se abbiamo 40 milioni di clienti Rca che non rie-



scono a farsi convincere a stipulare altre polizze, vuol dire che esiste un problema nel sistema.” Che può essere superato con la liberalizzazione. “La legge Bersani –conferma Cirasola– è uno strumento utile per superare questa nostra peculiarità: la caduta del vincolo di esclusiva non è nata per tutelare gli interessi degli agenti, ma dei clienti. Non è vero, come afferma il presidente Ania, Fabio Cerchiai, che il plurimandato conduce ad un aumento dei costi, a carico delle compagnie, con possibili effetti sui premi. E’ esattamente il contrario: quello che fa aumentare i costi è il monomandato ovvero la loro azione di persuasione per mantenere la propria rete in mo-

nomandato.”

Recuperare la fiducia

Le imprese assicurative, quindi, devono aprirsi alla concorrenza e concentrarsi sul cliente. “Invece di presentare ricorsi alla Corte europea per ottenere il ripristino dell’arcaico vincolo di esclusiva, le imprese, compresa le Generali, devono preoccuparsi di fare nuovi prodotti, tariffe più basse, migliore qualità del servizio post-vendita e recuperare il rapporto fiduciario, oggi ancora più compromesso dalla crisi finanziaria.

Il clima di distacco e diffidenza tra il consumatore e le assicurazioni può essere vinto solo grazie alle capacità

umane e professionali di noi agenti che ci occupiamo in prima linea della raccolta industriale, ma la nostra attività mercantile viene spesso ostacolata dalle compagnie e dall’Isvap: l’impresa agenzia, infatti, è gravata da oneri amministrativi scaricati dalle compagnie senza alcun compenso e da un carico burocratico e normativo offertoci dall’Isvap che non conosce uguali. Per non parlare dei sistemi informativi e del servizio di liquidazione Danni, sempre più inefficienti e inefficaci che creano disagi alla nostra attività giornaliera.” Gli agenti chiedono quindi una concorrenza vera e sana che porti più benefici a tutti: intermediari, compagnie, azionisti e soprattutto consu-

I maiali non riescono ad alzare gli occhi al cielo.

Loro non avranno mai una visione completa della situazione.

Tu puoi. Con il software SAS di Business Intelligence e analisi predittiva.

www.sas.com/italy/maiali

sas | THE
POWER
TO KNOW

In un mercato in cui il ruolo del distributore diventa centrale, solo una profonda innovazione del sistema di offerta può aprire una nuova fase di crescita, in cui è necessario recuperare efficienza nei Rami Vita e Rc auto

A RISCHIO IL MONOMANDATO

A quasi un anno dalla sua introduzione, il plurimandato rischia di scomparire. E' quanto emerge dalla posizione espressa, nel corso della convention, dal sottosegretario allo Sviluppo Economico, **Ugo Martinat**, che non ha escluso la possibilità di un ritorno al monomandato.

"Nella precedente legislatura, ha dichiarato, sono state introdotte norme che si proponevano di liberalizzare il settore assicurativo, come il divieto di monomandato o la modifica del meccanismo di bonus-malus. Il Governo verificherà se hanno reso un effettivo beneficio in termini di risparmio da parte dei consumatori. Se così non è, li valuterà." E sul divieto di esclusiva, ha affermato che "c'è un'evidenza sufficiente per dire che con il plurimandato si producono distorsioni, aumenti di costo e nessun beneficio per i consumatori."

Di diverso avviso, il direttore dell'Antitrust, **Giovanni Calabrò**, il quale, pur ritenendo che l'abolizione del plurimandato "sia da escludere in un momento in cui ci sono ben altre criticità" ammette "il rischio che rimanga di fatto il monomandato, anche se questo non c'è più. L'importante, avverte è che non ci si accontenti di un'apertura formale delle reti di vendita ma si vada verso un'effettiva apertura della concorrenza."

matori, vero patrimonio dell'agente. "L'italiano, conferma Cirasola, ha paura e vuole protezione e questo ci apre un mercato nuovo, non saturo, quello dei Danni Retail. Ma, per poter essere vincenti, è assolutamente necessario garantire un'alta professionalità e soprattutto innovazione che non vuol dire solo nuovi prodotti, ma soprattutto innovazione di approccio e di processi."

Gli spazi di crescita

A confermare l'esistenza di spazi di crescita, è una ricerca Eurisko sulle attese degli assicurati italiani, che evidenzia: la presenza di ampie zone di potenzialità per la vendita dei prodotti assicurativi alle famiglie; una maggiore soddisfazione della clientela all'aumento della conoscenza dell'offerta assicurativa; l'esistenza di un'offerta commerciale debole non sempre capace di cogliere le opportunità.

"In particolare, rivela **Gabriella Calvi Parisetti**, vice presidente onorario GfK Eurisko, 13,7 milioni di famiglie risparmiano in media l'11,8% delle entrate annuali (46 miliardi), su un reddito medio di circa 2.190 euro mensili. Il 32% delle famiglie (6,1 milioni di nuclei) investe parte dei propri asset in prodotti di investimento, il 72% dei risparmiatori (circa 9,9 mio

di famiglie) non ha un progetto di risparmio/investimento e le famiglie lasciano oltre il 70% dei propri asset in liquidità."

Nelle famiglie, quindi, le risorse economiche ci sono, così come i bisogni di sicurezza e protezione. "L'agente, sottolinea, rappresenta il 'volto umano' della Compagnia, il sensore delle nuove preoccupazioni, il mediatore tra i bisogni della clientela e la produzione tecnocratica delle risposte che le Compagnie danno a questi bisogni. Il suo ruolo, in un contesto problematico come quello attuale, diventa di assoluta centralità strategica per lo sviluppo dei nuovi segmenti di popolazione e per risposte ai nuovi bisogni della società."

Innovare l'offerta

E in un mercato in cui il ruolo del distributore diventa centrale, solo una profonda innovazione del sistema di offerta può aprire una nuova fase di crescita, in cui è necessario recuperare efficienza nei Rami Vita e Rc auto e sviluppare le capacità di offerta nella protezione di famiglie e imprese.

"I punti su cui far leva, conclude **Enea Dallaglio**, managing partner di Iama Consulting, sono lo sviluppo di strategie e attitudini di competizione sugli intermediari,

GENERALI TIENE E LANCIA NUOVE SFIDE

Né gli agenti né gli assicurati Generali rischiano assolutamente niente. A ribadirlo, nel corso della convention, il presidente delle Generali, **Antoine Bernheim** che afferma: “tutti gli impegni saranno mantenuti qualsiasi saranno le circostanze, in quanto le Generali hanno la capacità di far fronte a tutti i propri impegni.”

Garanzie confortate dai numeri: nel ramo vita, se il mercato assicurativo italiano ha mezzi propri per 22,7 miliardi (1,9 volte il minimo richiesto), Generali ne ha per 5,2 miliardi (il 3,4 volte il minimo) e, nei danni, se il margine di solvibilità, per il mercato italiano è di 17,6 miliardi (2,7 volte il minimo richiesto), quello di Generali è di 3,8 miliardi (5,4 volte il minimo richiesto). Sono molte le sfide poste sul tavolo dalla compagnia, tra cui, la bancassicurazione. “Vogliamo rinnovare, conferma Bernheim, gli accordi con Intesa SanPaolo, in quanto, dopo la fusione per via dell'Antitrust, abbiamo perso 1000 sportelli per la vendita dei nostri prodotti (da 2600 a 1600) e, nell'ambito del rinnovo dell'accordo, vorremmo ricomprare gli assets che erano di Intesa Vita.” E poi, con la fusione tra Commerzbank e Dresdner Bank, Generali perderà parte della sua bancassicurazione a favore di Allianz (che diventerà il socio forte del nuovo colosso): “dobbiamo negoziare forme di compensazione da 500 milioni di euro, ha sottolineato il presidente, ne abbiamo già negoziate due: una piccola compagnia in Svizzera, che ci permetterà di rafforzare la nostra presenza e gli sportelli di Agf in piccole isole, come Martinica e Guadalupa dove siamo già presenti. Abbiamo, poi, un ottimo sviluppo in Asia e in India, siamo in trattative per una compagnia in Turchia e, in Russia, abbiamo una partecipazione nell'Ingosstrakh.” E resta l'interesse anche verso alcune parti che Aig, il gruppo americano colpito dai mutui subprime, dovrà cedere. “Il timore, però, è che la concorrenza spinga troppo in alto i prezzi, ma, se fosse necessario un aumento di capitale per finanziare un'acquisizione, la compagnia troverebbe i capitali necessari.”

con la definizione di modelli di intermediazione; lo sviluppo di network e servizi necessari a ridurre il costo dell'intermediazione; la creazione di imprese e linee di business specializzate, con l'innovazione dei prodotti e la messa a punto di operazioni di marketing di ampio respiro;

l'attivazione di nuovi canali mass market (bancassurance, danni e Gdo) sollecitando bisogni e sviluppando prodotti low cost; l'integrazione dell'offerta online nel retail tradizionale, che preveda servizi di comparazione dell'offerta e la presenza di broker on line; la riorganiz-

zazione delle reti di agenzie per migliorare l'efficienza e la redditività.”

L.S.

il broker grossista

tra i primi 50 broker italiani

UN broker su DUE collabora già con noi!

Collaboriamo con:

6 broker italiani tra i primi	10
13 broker italiani tra i primi	20
18 broker italiani tra i primi	30
22 broker italiani tra i primi	40
26 broker italiani tra i primi	50

oltre 250 broker sono già accreditati per la collaborazione con noi!
oltre 160 intermediari assicurativi iscritti in sezione E del RUI con noi!



ASA BROKER STEFFANO
20123 Milano Viale di Porta Vercellina, 20
Tel. **02.48.00.46.77** - Fax 02.48.00.94.47
Recapiti Roma Tel. 06.98.35.71.16 - Fax 06.23.32.43.357
www.steffanogroup.it - info@steffanogroup.it

ASSIMEDICI
CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI

assiSANITÀ

ASSIPROFESSIONISTI

**ASSI
PMI**
piccolo/moderato/pro

assiART

**assi
CONDOMINIO**

dati estratti dall'annuario ASEFI ed. 2007