

## LIBERALIZZAZIONI

# Crescita e sviluppo delle intermediazioni "libere"

L'indagine di Innovation Team fotografa lo stato dell'arte delle collaborazioni tra intermediari nello scenario distributivo italiano. Tra prospettive di crescita e carenza di redditività.

di MICHELE LANGUINO



Michele Languino, membro dell'esecutivo nazionale Sna

**A** sette anni dall'entrata in vigore del Decreto Bersani-bis e a due dalla liberalizzazione delle collaborazioni, Innovation Team ha realizzato l'indagine *Il cambiamento dell'intermediazione assicurativa*

e il punto di vista degli agenti: effettuata fra giugno e settembre, al dossier hanno partecipato quasi 1.800 agenti. I risultati li snocciola Fabio Orsi, manager di Innovation Team.

## Qual è il grado di diffusione dei due strumenti?

«Solo il 29,3% delle agenzie di assicurazione italiane intermedia un solo marchio. Il 70,7% opera con più mandati, ha in corso collaborazioni con altri agenti o broker o lavora con subagenti e produttori condivisi con agenzie che offrono prodotti di altre compagnie. Sono 2.990 le agenzie plurimandatari, che rappresentano il 23% del sistema agenziale, mentre prima dei Decreti Bersani erano ferme al 7%. La diffusione del plurimandato è stata notevole nei primi tre anni successivi all'abolizione dell'esclusiva per poi stabilizzarsi, anche per l'uscita dal mercato di alcune delle compagnie inizialmente più aggressive e le difficoltà in alcune zone del paese: al Sud e nei piccoli comuni è più difficile acquisire i mandati».

## Quale il dato delle collaborazioni?

Riguardano il 60,2% delle agenzie. Di queste il 46,7% collabora con broker, etail e grossisti, il 29,7% con altri agenti e il 16,7% intermedia altri marchi grazie a collaborazioni con suba-

genti e produttori che operano anche con altre agenzie. Anche le collaborazioni sono più numerose al Nord, ma non è da sottovalutarne l'impatto nei comuni del Sud».

## Gli agenti di assicurazione stanno evolvendo verso l'intermediazione indipendente?

«Più che altro è un'esigenza. Il comparto vive la fase più pesante di una lunga crisi: negli ultimi tre anni il canale ha perso 2,6 miliardi di premi, 800 agenti e quasi 1.000 agenzie, scese nel 2013 sotto le 13.000 unità. Le cause sono le riorganizzazioni e gli accorpamenti delle reti, ma soprattutto la forte selezione competitiva che riguarda i profili di agenzie più deboli, medio-piccoli e focalizzati sull'auto: ben 1.800 in meno dal 2008 ad oggi, a fronte di un saldo complessivo di sistema negativo di 2.552 unità. È proseguita anche la crisi di redditività (-6,6% nell'ultimo anno, -31,7% negli ultimi sei) a causa della contrazione dei ricavi e dell'incapacità di controllo dei costi».

**Cosa spinge gli agenti ad acquisire nuovi mandati o aprire collaborazioni?**

«L'esigenza di integrare il reddito: mediamente le collaborazioni generano incassi per poco meno di 31.000 euro, che equivale a poco più dell'1,5% degli incassi danni di agenzia. Le collabora-

zioni sono utilizzate soprattutto per mantenere il portafoglio auto e soddisfare quelle esigenze specialistiche (nei rischi professionali e cauzioni) che faticano a trovare una risposta da parte delle compagnie generaliste. Anche il plurimandato, però, non è sinonimo di intermediazione indipendente. Il 50% delle agenzie mantiene il portafoglio concentrato su una compagnia generalista di base e utilizza i mandati aggiuntivi per esigenze occasionali: il 22% per evitare il rischio di perdere clienti nell'auto e affari nello small business, il 29% per sviluppare nicchie di mercato poco gradite alla compagnia principale».

## Si attendeva uno sviluppo così graduale di forme di intermediazione "libere"?

«I cambiamenti necessitano di tempo e risorse. Risorse perché gestire più mandati e più collaborazioni richiede una struttura ampia, investimenti informatici e culturali, indipendenza dai supporti economici

di compagnia e dimensioni significative. Tempo perché prendano piede le soluzioni informatiche dedicate ai plurimandatari e allo sviluppo di network di intermediari e broker grossisti che riducano i costi di accesso all'intermediazione indipendente e valorizzino la pluralità di offerta».

## Eppure qualcosa si muove...

«Seppur minoritari, 1.500 plurimandatari (circa il 50% del totale) hanno il portafoglio auto e danni parcellizzato su più compagnie, scelgono i marchi

più adatti al cliente per linea di business, operano con sistemi gestionali propri integrati a quelli delle compagnie, valorizzando il proprio brand di consulente indipendente. Inoltre ci sono circa 900 agenzie che hanno inteso le collaborazioni in senso strategico, focalizzandosi sullo sviluppo in nuovi mercati ad alto potenziale attraverso legami con broker grossisti».

## Come possiamo fotografare lo scenario attuale?

«L'intermediazione indipendente è ancora lontana ed è difficile pensare che possa diffondersi oltre certi numeri. Ma le novità normative di questi anni hanno generato un contesto distributivo molto più diversificato rispetto al passato, con indubbi vantaggi per il consumatore e hanno consentito agli agenti di scegliere in autonomia quale modello attuare».

## Qualcuno sottolinea le ripercussioni della Legge 221...

«Non spetta a me valutare una legge; mi limito a descrivere il cambiamento in atto e fornire spunti per la discussione sui futuri modelli di intermediazione. La Legge 221 (e in passato i Decreti Bersani) puntavano a rimuovere dei vincoli, dando agli intermediari la libertà di scegliere il modello di intermediazione per loro più adatto e generare vantaggi per il consumatore. I dati mostrano che in questi anni il contesto distributivo, seppur lentamente, sta cambiando e probabilmente in futuro tenderà a una polarizzazione fra agenti molto integrati con la mandante e intermediari indipendenti: modelli entrambi legittimi, ciascuno con vantaggi e criticità, ma che di per sé non garantiscono il successo. ■



Fabio Orsi, manager di Innovation Team