

Il ruolo dell'agente nell'era del digitale

Nel corso della convention Anapa Piemonte, le compagnie hanno ribadito la centralità degli intermediari nella distribuzione, dicendosi pronte a riaprire il tavolo per il rinnovo dell'Ana



Un incontro tra agenti, dirigenti di compagnie ed esperti del settore per discutere a proposito delle prospettive del mercato e del futuro delle agenzie di assicurazione. L'occasione per questo confronto è stato il convegno regionale **Anapa** Piemonte, tenutosi lo scorso venerdì 8 maggio a Torino.

Dopo l'apertura dei lavori da parte dal presidente regionale dell'associazione, **Mario Minella** (già presidente del Gaa Reale Mutua), è toccato a **Enea Dallaglio**, ad **Innovation Team**, illustrare "la caduta delle barriere tra il business digitale e quello tradizionale", spiegando come alla base di tutto vi sia "l'ibridazione dei comportamenti d'acquisto". Dallaglio ha presentato una serie di dati che evidenziano come il 37% dei clienti assicurativi siano influenzati da internet, ma, di questi, il 15,7% sono acquirenti online; un dato in crescita è quello di coloro (21% del

totale) che ricercano prezzi e soluzioni su internet ma che poi decidono di concludere l'acquisto in agenzia. La digitalizzazione, spiega Anapa in una nota, "rappresenta per le agenzie l'opportunità di allargare il business sviluppando un sistema di relazioni ad alta frequenza e bassi costi di contatto".

Dopo la presentazione della ricerca di Innovation Team, si è tenuto un dibattito a cui hanno partecipato il dg di **Axa Italia**, **Maurizio Cappiello** (il quale è anche presidente della Commissione Distribuzione dell'**Ania**), e il dg di **Reale Mutua**, **Luca Filippone**, i quali hanno illustrato la visione delle loro compagnie, "orientata alla digitalizzazione dell'offerta e della distribuzione per integrare e rafforzare le reti di agenti". Filippone ha manifestato la certezza che anche in futuro gli agenti resteranno il canale dominante nelle assicurazioni di protezione, pur con una graduale riduzione della quota di mercato (in particolare nel ramo Rc auto), "per l'insostituibilità del loro ruolo professionale". Cappiello, alla sua prima uscita pubblica come esponente dell'**Ania**, ha manifestato la propria disponibilità a riaprire il confronto negoziale sull'**Accordo nazionale agenti** dopo il necessario chiarimento sulle indicazioni dell'**Antitrust** e dopo che sarà definito quale sarà la sorte del **Fondo pensione agenti**.

A seguire **Paolo Ceresi**, partner di **Mbs Consulting**, ha illustrato le possibili evoluzioni dei modelli di agenzia: gestione leggera, sistemi distributivi multicanale, organizzazioni multibusiness ben focalizzate sui segmenti di mercato. Citando una ricerca di Innovation Team, Ceresi ha osservato che "le agenzie più orientate all'innovazione sono anche quelle con andamento più positivo della redditività". Infine, il presidente nazionale di Anapa, **Vincenzo Cirasola**, ha concluso il dibattito affermando "la necessità di una svolta nella politica associativa della categoria per affrontare in modo risolutivo i grandi nodi dell'accordo imprese agenti, ormai fermo dal 2003, e del fondo pensione agenti, il cui commissariamento, sempre più vicino, non è certo una soluzione". Cirasola ha anche esortato le compagnie "a superare i ritardi e a investire risolutamente nell'innovazione, eliminando ogni ambiguità sulla insostituibilità degli agenti come garanti del servizio al cliente".