



INTERMEDIA

CHANNEL

(<https://www.intermediachannel.it/>)



IL SITO N.1

PER L'INFORMAZIONE
INTERNAZIONALE SUL
SETTORE ASSICURATIVO

[. \(https://twitter.com/intermediach\)](https://twitter.com/intermediach)

[in \(https://www.linkedin.com/company/intermedia-channel/\)](https://www.linkedin.com/company/intermedia-channel/)

[f_ \(https://www.facebook.com/intermediasrl/\)](https://www.facebook.com/intermediasrl/)

[You \(https://www.youtube.com/user/Intermediachannel/\)](https://www.youtube.com/user/Intermediachannel/)

[@ \(https://www.instagram.com/intermediachannel/\)](https://www.instagram.com/intermediachannel/)



ANAPA RETE IMPRESAGENZIA (<https://www.intermediachannel.it/category/anapa-unapass/>)

IN EVIDENZA (<https://www.intermediachannel.it/category/evidenza/>)

NEWS (<https://www.intermediachannel.it/category/news/>)

Compagnie dirette: la rivoluzione mancata. Dopo 30 anni, gli agenti restano il perno del mercato assicurativo

📅 15/07/2024

🔗 Share

“Compagnie dirette 30 anni dopo” è il titolo dell’incontro organizzato a Milano da Oliver Wyman che ha messo a confronto Leonardo Felician (Presidente di Linear Assicurazioni e Ceo di BeRebel del gruppo Unipol), Alessandro Santoliquido (Global Head Of Insurance, Gruppo UniCredit), Nino Savelli (Docente, Università Cattolica del Sacro Cuore e Presidente, Studio Attuariale De Angelis-Savelli e Associati), Davide Furlan (Partner, Oliver Wyman) e Vincenzo Cirasola (Presidente di ANAPA Rete Impresagenzia)

È stato un incontro di grande spessore quello che si è tenuto mercoledì 10 luglio negli uffici milanesi di [Oliver Wyman](https://www.oliverwyman.com/it.html) (<https://www.oliverwyman.com/it.html>), dal titolo *“Compagnie dirette 30 anni dopo”*.





Vincenzo Cirasola

Un confronto ricco di contenuti, una contrapposizione ragionata sui diversi modi di intendere l'attività di intermediazione tra i due principali manager che hanno fatto la storia delle compagnie dirette nel nostro Paese come **Leonardo Felician** (Presidente di *Linear Assicurazioni* (https://assicurazione.linear.it/assicurazione-auto/?cv=900&qclid=Cj0KCQjwkdO0BhDxARIsANkNcre2LchgndUsieaMyxxATeRctYTSrRZGQ8MdeiCSGgq586iSL1Z1zVEaAs5PEAlw_wcB)), e Ceo di *BeRebel* (<https://www.berebel.it/>), del gruppo Unipol) e **Alessandro Santoliquido** (Global Head Of Insurance, Gruppo *UniCredit* (<https://www.unicredit.it/it/privati.html>))), **Nino Savelli** (Docente, *Università Cattolica del Sacro Cuore* (<https://www.unicatt.it/>)) e Presidente, *Studio Attuariale De Angelis-Savelli e Associati*), **Davide Furlan** (Partner, *Oliver Wyman*) e, come unico baluardo a difesa degli agenti di assicurazione, **Vincenzo Cirasola** (Presidente di *ANAPA Rete ImpresAgenzia* (<https://anapoweb.it/>)).

Dopo i saluti introduttivi di Angelo Doni (Partner di *Oliver Wyman*) Leonardo Felician ha ricordato come il 1° luglio del 1994 nasceva Genertel, la prima compagnia assicurativa diretta italiana, di cui era l'amministratore delegato.

In quel periodo, nel Regno Unito, il 50% del mercato auto passava attraverso le compagnie dirette. Da qui l'idea dell'allora amministratore delegato di Generali **Fabio Fegitz**, prematuramente scomparso, di provarci anche in Italia. *"Una decisione che seminò il terrore tra gli agenti"*, ha detto Cirasola: *"Parliamo di Rc Auto, dell'unico prodotto di domanda esistente sul mercato italiano, dove gli agenti avevano allora una quota di mercato di oltre il 90% %"*.

Secondo Felician per fare evoluzione serve ragionare in maniera "disruptive" altrimenti si resta incatenati al passato. E in tutti questi anni le compagnie dirette hanno spesso cercato di introdurre pratiche innovative, successivamente adottate dal mercato. Tuttavia, a distanza di 30 anni i numeri raccontano di una rivoluzione mancata. Nate per sottrarre il business auto alle reti agenziali, nel nostro Paese le compagnie dirette detengono oggi una quota di mercato del 6,9%, mentre gli agenti continuano a essere il perno del sistema assicurativo, con circa l'83% del segmento auto.

Numeri che confermano il valore della relazione personale con il cliente. È vero che le giovani generazioni, ma non solo, si informano sul web, ma alla fine si preferisce sempre sottoscrivere il contratto con un consulente. E questo, nonostante gli sforzi delle dirette nel cercare di migliorare il servizio al cliente che, in alcuni casi, hanno finito per incidere negativamente sui bilanci.

In fondo, Genertel ci ha messo quasi 7 anni a superare il break even e Zurich Connect ha deciso di chiudere e cedere il portafoglio alla rete agenziale. *"È una questione culturale"*, ha sottolineato Cirasola. *"Al cliente italiano medio piace essere servito e coccolato. Il servizio assicurativo italiano è un mondo imperfetto, dove è fondamentale la consulenza pre-vendita e l'assistenza post-vendita, in particolare in caso di sinistro, che viene offerta dagli agenti di assicurazione. A maggior ragione questo avviene oggi, in un momento in cui il prodotto auto, che non è una commodity, presenta forti differenziazioni di offerta, perché siamo noi agenti la vera "scatola nera". Siamo noi la memoria storica con i dati del cliente, al quale valutare se applicare lo sconto adeguato in funzione della importanza e del valore del cliente storico globale in tutti i rami e non solo per applicare il prezzo più basso sul singolo prodotto Rc Auto. Le compagnie dirette, al contrario, applicano sconti "civetta" ai clienti prospect per portarli via alla concorrenza"*.

Alessandro Santoliquido, già alla guida di Genialloyd, ha evidenziato due aspetti che hanno inciso sulla corsa del canale diretto: da un lato il rapporto impari tra i reclami che ricevono le compagnie dirette rispetto alle tradizionali e, dall'altro, la concorrenza spietata che si sono fatte tra loro le compagnie dirette, finendo così per assottigliare i margini a furia di correre al prezzo più basso.

È stato ancora Cirasola a osservare che *"è vero che nel Regno Unito nel 1994 le compagnie dirette avevano circa il 50% del mercato auto, ma non si è tenuto troppo conto del fatto dell'elevato contenzioso giuridico che producevano"*.

Guardando al futuro, la chiave di tutto si chiama servizio al cliente e secondo Davide Furlan, il modello vincente sarà quello ibrido, fisico e digitale, mentre il focus dovrà essere sempre di più orientato verso il servizio al cliente, al quale, ha confermato Cirasola, *"come ANAPA, siamo stati i primi, insieme al CETIF, Centro Studi dell'università Cattolica di Milano a indicare che il nuovo modello di agenzia deve essere ibrido-digitale (c.d. bionic agent)"*.

In tema di prezzi delle polizze auto, il professor Nino Savelli ha spiegato che oggi i parametri tariffari auto sono circa 200. Sono troppi e rappresentano un problema perché non si riesce ad assecondarli tutti, mentre un tempo ne bastavano 10, che erano comunque sufficienti a sviluppare casistiche.

Si parla sempre molto del prezzo delle polizze Rc Auto che sono le più care in Europa ma, ha ricordato Santoliquido, ci si dimentica che in Italia esistono il danno biologico e il danno morale che incidono in maniera pesante. A questo proposito, Cirasola ha ricordato il caso delle 13 studentesse Erasmus morte in Spagna (7 erano italiane), in seguito allo schianto di un autobus in Catalogna nel 2016. Bene, in quell'occasione, dalle valutazioni delle imprese assicurative coinvolte nella quantificazione del risarcimento sul "capitale umano", ovvero il calcolo del valore di una giovane vita spezzata, in base ad alcuni parametri, venne valutata meno di 70mila euro, mentre in Italia l'ammontare sarebbe stato di almeno 1 milione di euro e anche più in base alla composizione del nucleo familiare.

a cura di Vincenzo Giudice

Leggi anche *RC Auto "Sono gli agenti la vera scatola nera del settore assicurativo" dice Cirasola (Anapa)* (<https://www.intermediachannel.it/2024/07/01/rc-auto-sono-gli-agenti-la-vera-scatola-nera-del-settore-assicurativo-dice-cirasola-anapa/>).