

giovedì 30 ottobre 2014

Agenti, contratti verso la libera negoziazione

Federica Pezzatti

«Il futuro della contrattazione tra agenti e compagnie assicurative sarà sempre più focalizzato su contratti aziendali. È finita l'era dei contratti nazionali», a dirlo è stato Franco Ellena, presidente della commissione distribuzione dell'Ania e direttore generale di UnipolSai Assicurazioni durante una tavola rotonda tenutasi ieri all'Annual delle Assicurazioni del «Sole-24Ore». Il tutto anche per assecondare i desiderata dell'Antitrust che ha stabilito che alcuni ambiti di contrattuali devono essere lasciati alla libera contrattazione tra agenti e propria compagnia. Del resto uno scenario sempre più difficile per gli agenti assicurativi, la cui redditività scende ormai da anni, e dove il tasso di infedeltà dei clienti è ormai su livelli importanti 20-22%, sempre secondo il manager di UnipolSai, le compagnie si trovano a dovere fidelizzare la clientela per sopravvivere e trattenere il cliente operando con strategie e scommesse del tutto

individuali in partnership stretta con la rete agenziale. Dello stesso parere anche Vittorio Verdone, direttore centrale auto distribuzione e consumatori Ania. «La multicanalità sarà la chiave di volta. Lo chiedono gli stessi clienti – ha spiegato Verdone – anche i dati presentati da Boston Consulting durante l'Annual dimostrano che in futuro prevarrà il cliente «ibrido che associa le nuove tecnologie al canale tradizionale».

Il nodo della contrattazione è emerso parlando più in generale del tema delle collaborazioni tra intermediari iscritti al Rui e quasi due anni di distanza dall'introduzione della possibilità di istituire rapporti tra agenti, broker e subagenti, una facoltà ormai percorsa da circa il 60% delle agenzie. «I numeri e la qualità delle collaborazioni ci dicono che chi collabora si focalizza sui business dove le compagnie mandatarie evitano di operare – spiega Claudio Demozzi, presidente Sna –. Si tratta quindi di collaborazioni tattiche difensive che non hanno danneggiato il business delle compagnie mandanti e hanno permesso di trattenere il cliente». Più scettico sulla reale portata della novità delle collaborazioni tra intermediari è invece Vincenzo Cirasola, presidente Anapa. «Se andiamo nello specifico ci rendiamo conto che l'impatto delle collaborazioni sui incassi di agenzia è veramente limitato, mentre i rischi per gli agenti che collaborano con colleghi sono molti e ancora tutti da definire», spiega Cirasola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

