

Anapa e Cetif certificano la professionalità dell'intermediario

Autore: Fabrizio Aurilia

28/11/2019

<https://www.insurancetrade.it/insurance/contenuti/intermediari/9830/anapa-e-cetif-certificano-la-professionalita-dell-intermediario>

A Milano, presso l'Università Cattolica, l'associazione di categoria e il centro studi hanno consegnato gli attestati d'eccellenza alle agenzie nell'ambito del progetto "Il mio amico agente". A seguire, due momenti di approfondimento su innovazione, tecnologia e opportunità di business



Un agente consulente, capace di usare la digitalizzazione a suo favore, di esaltare la performance commerciale, caratterizzato da un mix di empatia, hard skills e soft skills, e che miri, in definitiva, all'eccellenza nell'interesse del cliente. È questo l'identikit dell'agente del futuro (e del presente) secondo **Anapa Rete ImpresAgenzia** e **Cetif**, il centro di ricerca dell'Università Cattolica di Milano. Con l'iniziativa **Il mio amico agente**, le due realtà hanno certificato le agenzie d'eccellenza nell'ambito di un articolato processo triennale da cui è nata anche un'interessante ricerca sull'intermediazione agenziale italiana. A Milano, presso l'Università Cattolica, sono stati consegnati gli attestati d'eccellenza alle agenzie che hanno partecipato e conseguito la certificazione che attesta la qualità del servizio fornito alla clientela.

UNA FIDUCIA NON SCONTATA

“La certificazione non è un pezzo di carta, ma un importante sigillo d'eccellenza”, ha ricordato **Vincenzo Cirasola**, presidente di Anapa durante il suo intervento (tra le 147 agenzie certificate c'è anche quella di Cirasola). “Un'eccellenza – ha continuato – che deriva dal nostro essere intermediari professionisti: consulenti e non distributori, come ci definisce invece *Ida*”. Qual è il vero valore aggiunto che consente ai clienti di firmare polizze di 150 pagine, si è chiesto Cirasola: “ovviamente – ha detto – la fiducia che gli assicurati hanno nell'agente”, una fiducia che non va data per scontata dal settore assicurativo e che va riconquistata giorno dopo giorno con la professionalità e una “consulenza equa e onesta”. Alle agenzie che hanno partecipato all'iniziativa è stato inviato un questionario da compilare, le cui risposte sono state elaborate con un tool di analisi e hanno determinato anche una ricerca presentata nel corso del pomeriggio da **Chiara Frigerio**, docente di Organizzazione aziendale e segretario generale del Cetif, e da **Davide Ferrara** e **Samantha Pesenti**, business analyst del centro di ricerca.

LE CARATTERISTICHE DELL'AGENTE

La tesi centrale dello studio, come ha spiegato Frigerio, è che anche in altri settori “i modelli di business cambiano, ma nessuno abbandona davvero il canale fisico per un modello interamente digitale”. Quindi, se da un lato anche il cliente assicurativo si sta abituando a una nuova customer experience, dall'altro sa perfettamente che le polizze sono prodotti complessi e per questo apprezza ancora molto la possibilità di avere a che fare con un punto di contatto fisico, reale. “Il ruolo dell'intermediario – ha sottolineato Frigerio – resta strategico nel settore dei servizi e ancor più in quelli finanziari e assicurativi”. Ma dev'essere un agente che risponda a caratteristiche precise: il proprio business dev'essere sostenibile; deve cercare sempre l'innovazione; deve essere attento alla propria reputazione e a quella del sistema; deve ascoltare e deve dotarsi di solide competenze tecniche. L'agente deve quindi essere una figura che

all'interno del sistema abbia una visione di lungo periodo, anche perché, come ha detto **Elena Bellizzi**, responsabile del Servizio di vigilanza della condotta di mercato di **Ivass**, intervenuta durante i lavori, "politiche che premiano performance di corto respiro si sono dimostrate sempre negative per l'interesse generale".

UNA RELAZIONE PER LA VITA

Ecco perché un punto a favore è importante per il canale agenziale sta nella capacità degli agenti di instaurare una duratura relazione con i loro clienti, fidelizzandoli meglio di altri intermediari. **Ivass** immagina pertanto una relazione agente/cliente che comprenda tutto l'arco di una vita, attraverso la copertura di tutti suoi bisogni, compreso, ovviamente quello pensionistico. Ma non è sempre facile riuscire a coniugare "semplicità, efficienza e compliance normativa per un intermediario che deve ascoltare i bisogni del cliente e tradurli in esigenze assicurative", ha precisato **Umberto Guidoni**, direttore business di **Ania**. Anche a partire da queste considerazioni, l'**Ania** sta progettando un'academy per la formazione e l'innovazione dedicata a tutto il settore assicurativo: "i temi centrali saranno i nuovi processi evolutivi e commerciali che interessano la nostra industria, oltre al funzionamento delle reti agenziali che per noi sono certamente molto importanti", chiarisce Guidoni. L'academy approfondirà, in particolare, gli aspetti legati alle tecniche di vendita e all'informazione digitale "all'interno di un percorso formativo – conclude il direttore business – pensato insieme agli stessi agenti e alle loro rappresentanze".

USCIRE DALL'AUTOREFERENZIALITÀ

La seconda parte del pomeriggio è invece stata dedicata all'edizione lombarda di **Anapa on tour**, con due tavole rotonde sull'innovazione e la sostenibilità delle agenzie. Durante i due momenti di approfondimento, rappresentanti del mondo delle imprese, della comunicazione e della politica si sono confrontati sui vari modi in cui i loro settori stanno affrontando il cambiamento e come questo si intreccia con il comparto dei rischi. "Abbiamo pensato a questi dibattiti – ha spiegato **Erik Somaschini**, presidente di **Anapa** in Lombardia – per uscire dall'autoreferenzialità che a volte caratterizza il settore: ci faremo guidare dalle parole chiave innovazione e comunicazione".

NUOVA MARGINALITÀ E VOGLIA DI CONSULENZA

Alla prima tavola rotonda hanno partecipato **Federico Gordini**, presidente dei giovani imprenditori di **Confcommercio** Lombardia; **Matteo Baroni**, presidente dei giovani imprenditori di **Ance** Lombardia; **Geronimo La Russa**, presidente dell'**Automobile club Milano**; e lo stesso **Somaschini**. Dal dibattito è emerso come le nuove generazioni siano più pronte ad affrontare le difficoltà (soprattutto nel campo edile) perché hanno cominciato a operare nel pieno della crisi economica e finanziaria cominciata nel 2008. Le scelte strategiche, è stato sottolineato, spesso dipendono dal mondo che cambia intorno: ci si deve adattare e saper sfruttare le opportunità per diversificare e cercare nuove marginalità, con l'orecchio teso a ciò che il mercato chiede. In questo contesto, le imprese hanno un fondamentale bisogno di consulenza assicurativa, che si aspettano dagli agenti, e flessibilità nelle polizze che dovrebbe arrivare dalle compagnie.

LA CONTAMINAZIONE PRODUCE INNOVAZIONE

Il secondo dibattito ha trattato più nello specifico l'innovazione e gli strumenti dedicati alle agenzie, tra soluzioni tecnologiche e possibili novità normative. A confrontarsi c'erano **Pietro Gorgazzini**, imprenditore ed esperto di tecnologie e comunicazione web; **Mattia Mor**, onorevole di **Italia Viva** e componente della 10ma commissione (attività produttive, commercio e turismo); **Daniele Terranova**, fondatore **Observe** dello Studio Martinez Novebaci; e **Jacopo Moschini**, responsabile steering committee blockchain di **Assolombarda**.

Tra blockchain, uso dei droni anche in ambito assicurativo, strategia di presenza web, marketing (digitale e non), sicurezza informatica e la richiesta alla politica di strumenti fiscali per incentivare il venture capital e il finanziamento delle start-up, il confronto ha dimostrato come lo scambio di idee e la contaminazione tra settori possano produrre innovazione a disposizione di tutti. I nuovi paradigmi tecnologici in un ecosistema che cambia possono tenere al centro i player tradizionali ma anche agevolare l'ingresso di nuovi attori sulla scena: è una sfida aperta, una storia ancora da raccontare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Insurance Trade

Direttore Responsabile **Maria Rosa Alaggio**

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46 del 27/01/2012

© 2015 - Insurance Connect s.r.l. P.IVA: 07584900968 – REA MI 1969249 - ISSN 2385-2577

Via Montepulciano, 21 20124 Milano - Tel. 02.36768000 - Fax 02.36768004