

Il divieto di esclusiva per le assicurazioni dei rami danni

**DOTT. CLAUDIO COMINELLI - VICE DIRETTORE GENERALE
ASSICURAZIONI GENERALI S.P.A., MOGLIANO VENETO**

MAI TANTE NORMATIVE TUTTE INSIEME

Il contesto di riferimento per il settore assicurativo italiano è profondamente mutato. I cambiamenti normativi intervenuti negli ultimi mesi sono più che mai noti e non è opportuno che mi dilunghi su questo.

Purtroppo non tutti i provvedimenti sono destinati a migliorare l'efficienza del mercato assicurativo e ad assicurare una maggiore tutela al consumatore, come testimoniano i molti ricorsi pendenti presso la Comunità Europea, e mi riferisco in particolare a quelli inerenti al mandato di agenzia.

Oggi si afferma che Bersani costituisce un punto di discontinuità con il passato. Certamente è vero, ma non bisogna dimenticare come anche il contesto normativo europeo sia radicalmente mutato negli ultimi anni con un orientamento sempre più spiccato per accrescere la tutela del consumatore, la trasparenza e la competizione.

Questo è avvenuto nel settore assicurativo come in altri settori.

D'altro lato non bisogna neanche dimenticare come vi siano stati dei movimenti endogeni al settore assicurativo che hanno portato a migliorare notevolmente gli standard di efficienza, la qualità dei prodotti, a contenere i caricamenti, a innovare le modalità distributive con vantaggi innegabili per il consumatore finale.

È chiaro tuttavia che in questo scenario in continuo mutamento le compagnie devono proseguire con ancor maggior vigore sulla strada dell'efficienza organizzativa in tutta la filiera di creazione di valore, dal back office alla distribuzione. E per generare effetti virtuosi in un sistema organizzativo molto complesso come può essere una compagnia di assicurazioni, tutti questi cambiamenti richiedono tempo, gradualità di implementazione e idee chiare sulle prospettive future.

Potremo verificare solo nel corso del tempo i reali impatti di questi recenti cambiamenti normativi e la nostra capacità di "cavalcarli".

Ci sono alcuni segnali dal mercato per delineare quella che potrebbe essere una futura prospettiva, auspicando che, nel caso in cui realmente emergano alcune spinose problematiche, vi sia la capacità da parte del legislatore di porre i giusti correttivi.

Sul tema dell'intermediazione assicurativa, il Registro Unico degli Intermediari di Assicurazione cerca – attraverso la richiesta di specifici e più stringenti requisiti di professionalità e onorabilità e il rafforzamento delle trasparenze e dell'informativa nei confronti della clientela – di allineare gli standard qualitativi dell'offerta assicurativa.

L'indennizzo diretto sicuramente presenta molti pregi sotto il profilo della ricerca da parte del potenziale cliente della migliore impresa e le imprese di assicurazione sono stimolate a una maggiore concorrenza sulla qualità del servizio.

Queste novità rappresentano indubbiamente un vantaggio per il consumatore finale, il quale è nelle condizioni di confrontare meglio rispetto al passato la qualità delle proposte che riceve dalle compagnie di assicurazione, con effetti certamente virtuosi sulla concorrenza.

Molti operatori esitano a ritenere che la normativa introdotta dal Ministro Bersani sia effettivamente efficace nel cogliere questi obiettivi, in particolare per quanto riguarda il divieto di esclusiva nei contratti di agenzia. Come le compagnie di assicurazione hanno avuto modo più volte di sottolineare, non è limitando la libertà delle parti di stabilire pat-



tiziamente quale sia la miglior maniera per organizzarsi sul territorio, che si promuove la concorrenza e la tutela del consumatore finale.

Come si evince dalle esperienze europee, nei mercati in cui il canale dei broker o degli agenti plurimandatari sembra prevalere, il tasso dei costi di distribuzione rispetto ai premi è più elevato, con svantaggi per il consumatore che rischia di essere il destinatario finale dei maggiori oneri del nuovo sistema distributivo. I mercati dominati dai broker o dagli agenti plurimandatari, come l'Olanda e il Regno Unito, sono tra quelli che presentano costi di distribuzione delle polizze più elevati. Si può stimare dai 2 ai 5 punti percentuali rispetto ai premi, il differenziale tra le provvigioni riconosciute agli agenti plurimandatari e ai broker rispetto a quelle versate agli agenti in esclusiva.

A ben vedere esiste infatti un rischio concreto di conflitto di interessi. L'agente plurimandatario potrebbe consigliare al cliente il recesso a favore di una copertura – e sappiamo bene come le coperture dello stesso rischio non siano spesso facilmente comparabili – che gli garantisca maggiori provvigioni. Oppure potrebbe verificarsi il contrario, e cioè che l'agente plurimandatario non consiglia il recesso a favore di un'altra copertura di miglior livello qualitativo, poiché non altrettanto conveniente. Per quanto la distribuzione sia una realtà complessa dove convivono figure professionali diverse è lecito ritenere che l'interesse dell'agente rimane quello di massimizzare le proprie entrate, sino ad oggi cercando soprattutto di aumentare le vendite e da domani anche ricorrendo alla compagnia che riconosca le provvigioni più elevate. Questo può essere il caso, ad esempio, di operatori stranieri che potranno entrare sul mercato italiano attraverso l'utilizzo di reti esistenti, già consolidate sul territorio.

Le prime evidenze dal mercato sugli accordi siglati tra agenti e compagnie, inerenti il nuovo sistema di remunerazione, vanno proprio in questo senso perché aprono la strada ad un aumento dei costi di acquisizione a "regime". Sottolineo a regime perché nella fase di transizione verso il nuovo sistema l'aggravio di costi potrebbe essere giustificato dai maggiori oneri che ricadono sulle agenzie per i numerosi adempimenti che sono tenute a svolgere.

Va sottolineato che per rafforzare la propria posizione competitiva le compagnie soprattutto negli ultimi anni hanno fatto della soddisfazione e della fidelizzazione del cliente il fattore chiave della propria strategia commerciale.

In un sistema multimandato talune compagnie possono essere indotte a spostare l'attenzione dal consumatore all'intermediario, allettabile soprattutto in termini di provvigioni più elevate che vanno ad incidere sul costo della polizza a scapito degli investimenti finalizzati alla crescente tutela del cliente in termini di formazione delle reti, di miglioramento dei processi liquidativi, di ottimizzazione della relazione con il cliente. In questo senso potrebbe essere più proficua per la compagnia "scaricare" maggior valore sull'intermediario piuttosto che sul cliente finale.

Sotto un altro aspetto, il conferimento di una pluralità di mandati all'agente presuppone anche il fatto di dover utilizzare differenti procedure informatiche e amministrative, che potrebbero richiedere la dotazione di nuove strumentazioni con impatto sui costi di agenzia. In sostanza, queste potenzialità di sviluppo sembrano riservate a una minoranza di agenzie, in un processo che potrebbe portare ad un progressivo assorbimento delle real-

tà economicamente più modeste che non sono in grado di sostenere elevati costi per lo sviluppo di sistemi distributivi evoluti per tecnologia e processi. Questo andrebbe a scapito di un modello di distribuzione che nella presenza capillare anche di piccoli agenti ha trovato sinora sia la migliore risposta alle esigenze di concorrenza sia la più ampia disponibilità di servizio per i consumatori.

LE SCELTE DI ASSICURAZIONI GENERALI

Dati i vincoli e le opportunità del nuovo contesto normativo, quali sono le scelte che stiamo facendo e prevediamo di fare nel prossimo futuro?

Sul piano strategico niente di diverso rispetto al passato. La ricerca della soddisfazione del cliente, la centralità delle reti agenziali, l'efficienza organizzativa restano i capisaldi della nostra strategia.

Sicuramente punteremo alla ulteriore valorizzazione del marchio perché vogliamo aumentare la nostra appetibilità nei confronti del cliente finale e della rete. Il cliente finale deve scegliere Assicurazioni Generali una volta di più poiché solidità, credibilità, qualità e servizio sono valori legati alla nostra compagnia e all'agente Generali.

Assicurazioni Generali punta anche a rafforzare le politiche di prodotto perché innovazione e riduzione "time to market" sono le leve chiave nel processo di sviluppo dei prodotti come elemento di attrattiva dei clienti e della rete.

Ma il focus delle scelte strategiche di Assicurazioni Generali è incentrato sulla rete agenziale, che resta il nostro asset chiave, e le principali direttrici di questo sviluppo sono proprio la professionalità e la specializzazione della rete, anche a fronte dei maggiori oneri amministrativi che il nuovo contesto normativo richiede all'intermediario.

L'azione nei confronti della rete si esercita da un lato sul fronte dei ricavi agenziali e quindi attraverso un sistema di remunerazione che continui a riconoscere, seppur in forme diverse, un importante incentivo per sostenere la vendita di nuovi contratti, soprattutto di quelli presenti nel segmento retail; dall'altro sul fronte dei costi attraverso l'erogazione di servizi di supporto ad alto valore aggiunto alla rete come elemento distintivo rispetto alla concorrenza. In questo senso si inseriscono gli investimenti sullo sviluppo della suite informatico-contabile di agenzia, finalizzati a semplificare gli adempimenti amministrativo-gestionali della rete e volti alla costruzione di "pacchetti di servizi" in relazione a specifici segmenti della rete (es. a tutela degli agenti "top" la concessione di pacchetti di servizi full optional).

Anche la rivisitazione del Piano Strategico di Gruppo 2007-2009 indica chiaramente che questa è la strada intrapresa: gli obiettivi devono essere perseguiti anche puntando alla maggiore efficacia dei sistemi di back office e attraverso la ricerca dell'efficienza interna e la politica della qualità del servizio.

CONCLUSIONI

A conclusione del mio intervento voglio sottolineare come avere un network preparato e orientato alla qualità del servizio, un marchio prestigioso con alle spalle un'istituzione solida sia sul piano finanziario che patrimoniale continueranno ad essere le leve più importanti di attrazione di nuovi clienti e di considerazione di quelli in portafoglio.

È questo il contesto in cui ci dobbiamo muovere, non dimenticando che l'assicurazione svolge un ruolo di grande rilevanza sociale, un ruolo centrale nel sostegno delle riforme del welfare che sono state già attuate e che si annunciano per il futuro.