

# PRONTI AL CAMBIAMENTO

**SPECIALE  
ROAD SHOW  
INTERMEDIAZIONE  
ASSICURATIVA**

*Sulle opportunità del plurimandato parlano compagnie, intermediari e fornitori IT, che vedono nuovi spazi per ridefinire l'offerta in agenzia, i modelli di business e gli aspetti organizzativi. Le esperienze in corso, le criticità da affrontare e il valore aggiunto della tecnologia*

Al di là delle previsioni e dei timori che sempre accompagnano le grandi trasformazioni, i cambiamenti in atto possono essere un'occasione per ridefinire l'offerta, elevare l'efficienza dei processi operativi e la qualità del servizio. Sia in direzione che in agenzia. Potrebbe essere questo il messaggio lanciato da compagnie, intermediari e fornitori IT intervenuti al road show sull'intermediazione assicurativa, che fornisce un importante spaccato di quello che potrebbe avvenire nel prossimo futuro. Partiamo dalla tecnologia. Il nuovo assetto distributivo avrà un impatto non indifferente sulla gestione agenziale, mettendo in luce carenze organizzative per lo più sconosciute, nuovi costi e una concorrenza che si giocherà anche sulle infrastrutture. Per capire i "mali di pancia" della agenzie e le cause sottostanti, SIA ha coinvolto direttamente i propri clienti, organizzati in user group all'interno di un campione rappresentativo del mercato italiano, per definire nuovi standard operativi e le aree di intervento. "Il primo dato è che bisogna separare l'attività di agenzia da quella delle mandanti, dice **Francesco Merzari**, direttore generale di Sia Spa,

pensando alla compagnia come ad un fornitore. Per questo occorre anzitutto un'infrastruttura di base composta da tre elementi, ai quali risponde interamente la nostra offerta: back office, portale web (per clienti e rete di vendita) e modulo di interscambio dati verso la compagnia.

Poi bisogna stabilire un livello di produttività di riferimento con cui misurarsi, attraverso una serie di indici (addeito/portafoglio, addeito/provvigioni, ecc), e dei 'macro processi standard' sui cui definire procedure ottimali per ottimizzare i tempi e i costi. In particolare, le fasi di pre-vendita e di gestione impresa risultano spesso scoperti dai sistemi on-line delle compagnie. Nella pre-vendita, ad esempio, abbiamo messo a punto quello che chiamiamo 'la terza via': il sistema di agenzia invia i dati anagrafici e di polizza al Connector, vengono selezionate le compagnie a cui richiedere la quotazione, che poi viene visualizzata (massimo un minuto e mezzo) e stampata. SIA - che serve 4.650 agenzie e 3.000 sub-agenzie - può aiutare gli intermediari ad analizzare criticamente la propria organizzazione e le infrastrutture software,

progettare l'assetto ottimale e collaborare nella realizzazione del cambiamento".

## **Ampliare l'offerta: la Tutela Legale**

Un'opportunità sul fronte dell'offerta è rappresentata dalle polizze di Tutela Legale, che mostrano annualmente tassi di crescita a due cifre e un mercato potenziale in gran parte inesplorato. Nel nostro Paese dal 1965, Arag Italia lavora oggi con 415 agenzie su tutto il territorio nazionale e con i principali broker, mentre ha in corso partnership con 23 compagnie assicurative. "Lavoriamo da sempre con agenti plurimandatari, precisa **Francesca Breda**, responsabile unità agenzie di Arag Italia, i quali sanno di poter contare su una compagnia indipendente (non facciamo parte di nessun gruppo italiano), internazionale e specializzata. In questo momento di cambiamento supportiamo l'intermediario con un'offerta ad alto contenuto di servizio. Il cliente sceglie liberamente il proprio avvocato e viene rimborsato direttamente dalla compagnia. In caso di sinistro, l'assicurato contatta il proprio agente oppure il nostro Ufficio Legale, che esegue una prima



*Francesco Merzari, direttore generale di Sia*

*Francesca Breda, responsabile unità agenzie di Arag Italia*

## L'ESPERIENZA DI AEC UNDERWRITING NEL PLURIMANDATO "ORIZZONTALE"

Prima agenzia italiana "grossista" di assicurazione e riassicurazione, Aec Underwriting si offre quale punto di riferimento per gli intermediari nel settore delle coperture professionali. È il cosiddetto plurimandato "orizzontale", che non prevede rapporti con clienti diretti ma con altri intermediari. "Nello specifico, garantiamo l'accesso al mercato dei Lloyd's per i rischi professionali da parte di broker, agenti e collaboratori, spiega **Fabrizio Callarà**, amministratore delegato di Aec: un mercato con 76 aree di sottoscrizione che comprendono il meglio dell'offerta sul mercato e competenze ai più alti livelli di esperienza. Puntiamo a diventare un partner strategico per le oltre 18.000 società italiane di intermediazione iscritte al Rui. Agli intermediari offriamo condizioni di polizza in convenzione con Consigli nazionali ed associazioni di rappresentanza delle principali categorie professionali, una struttura altamente specializzata nel ramo, un sistema di preventivazione on line e l'invio in formato elettronico delle coperture, azzerando i tempi di attesa degli originali.

Inoltre mettiamo a disposizione il portale 'RischiProfessionali.it' e la newsletter 'RischiProfessionali.it Bullettin', nonché corsi di formazione ed aggiornamento sui rischi professionali, anche tramite videoconferenza. L'attività spazia sulle principali aree della responsabilità professionale, civile e amministrativa di aziende, professionisti e pubbliche amministrazioni, comprese molte categorie professionali non regolamentate, oltre 200 profili nella area tecnico-scientifica, legale-commerciale e medico-sanitaria e ogni altro ente o azienda sottoposta alla giurisdizione della Corte dei Conti".

*Il nuovo assetto distributivo avrà un impatto non indifferente sulla gestione agenziale, mettendo in luce carenze organizzative per lo più sconosciute, nuovi costi e una concorrenza che si giocherà anche sulle infrastrutture*

analisi dei rischi e, entro quarantotto ore, fornisce i riferimenti della persona che si occuperà del caso con le prime indicazioni. L'Ufficio Legale, composto da 37 persone, è attualmente il gruppo di lavoro specializzato in Tutela Legale più grande d'Italia. Questo significa servizi capaci di fidelizzare il cliente e aprire nuove aree di business". "Ma diamo consulenza anche all'intermediario, aggiunge **Gianluigi Nardin**, responsabile unità broker della compagnia, attraverso formazione specifica e continuativa (quest'anno gestiremo circa 40 aule di formazione) e costante supporto alla vendita, anche mediante strumenti innovativi. Non dimentichiamo che la TL ha grandi potenzialità, anche sul piano della redditività. Su 3000 rischi Rca e una redemption del 50%, ad esempio, si incassano circa 60.000

euro di premi che, tra provvigioni e incentivazioni, arrivano a circa 28.000 euro".

### Più spazio all'assistenza

Un altro versante è quello dell'assistenza, sul quale Europ Assistance vanta 40 anni di esperienza e una value proposition tagliata sulle esigenze di innovazione dell'intermediario. "Oggi assistiamo a una contrazione dei margini sull'Rc Auto, a un'offerta Salute ancora troppo cara e a garanzie di assistenza che 'scompaiono' in altre coperture, precisa **Piergiuseppe Scoglio**, direttore centrale sviluppo retail di Europ Assistance. Per questo l'agente avrebbe tutto da guadagnare da un ampliamento dell'offerta, mediante strategie di cross selling, che risponda alle esigenze di assistenza del cliente. Nel ramo Auto, in particolare, bisogna puntare alla complementarietà, guidata dall'agente: garanzie moderne per arricchire in chiave di marketing la tradizionale offerta Rc Auto. Dalla diffusione "di massa" di prodotti di assistenza 'core' (viaggi e auto) dobbiamo passare al sostegno dei portafogli Rc Auto attraverso un utilizzo intelligente delle garanzie accessorie, fino allo sviluppo di una nuova generazione di prodotti danni, con una forte componente di assistenza capace di comunicare al meglio la value proposition e i vantaggi per il cliente (casa, salute, tutela legale). Su questo fronte Europ Assistance offre una brand awareness

*Nel ramo Auto bisogna puntare alla complementarietà, guidata dall'agente: garanzie moderne per arricchire in chiave di marketing la tradizionale offerta Rc Auto*

superiore al 50%, un'offerta diretta di prodotti (e non in riassicurazione attraverso altre compagnie, a tutto vantaggio della remunerazione per l'intermediario) e un'innovazione frutto di una presenza internazionale. Ogni area geografica è presidiata da un referente di zona e da un area manager che si interfaccia con la direzione, mentre disponiamo di una piattaforma web a supporto delle fasi di emissione, fogli cassa, comunicazione delle iniziative e controllo dei risultati di vendita. Infine garantiamo campagne di comunicazione periodica a sostegno del brand, incentivazione delle reti e costante invio di materiale in agenzia".

### L'esperienza di Navale Assicurazioni

Sul supporto alla rete punta anche Navale Assicurazioni (Gruppo Unipol), che ha deciso di ampliare la forza vendita anticipando le evoluzioni introdotte dal decreto Bersani. "Negli ultimi 15 mesi 180 agenti hanno già scelto la nostra compagnia, rivela **Marco Baldan Bembo**, direttore commerciale di Navale Assicurazioni. Decisivo è stato il potenziamento delle strutture operative per migliorare il servizio alle reti, coinvolte anche nell'offerta bancaria del Gruppo. La qualità del servizio passa anzitutto dalla gestione sinistri: Navale utilizza le strutture liquidative del Gruppo, in cui operano oltre 1.600 persone in un modello che vede un coinvolgimento costante e sistematico delle agenzie, integrate via web con il contact center e con una rete di circa 2.500 carrozzerie convenzionate. La nostra offerta include l'intera linea di prodotti Persone e Piccole e medie imprese (infortuni, malattia, abitazione, condominio, incendio, trasporti, ecc.), ma vengono attuate importanti sinergie - anche mediante offerte integrate - con le filiali di Unipol Banca.

Nel febbraio 2007 abbiamo lanciato TortoRagione, garanzia Auto che ripara i danni all'auto ed evita la retrocessione della classe di merito, sia in caso di ragione che di torto dell'assicurato. Il nostro sistema informatico, interamente online, consente di inte-

## DUAL ITALIA: TECNOLOGIA E INNOVAZIONE PER GLI INTERMEDIARI

Innovazione, specializzazione, tecnologia e servizio. Sono questi i pilastri su cui poggia l'attività di Dual Italia, "underwriting agency" presente da otto anni sul mercato italiano e parte di Hyperion Insurance Group. Nel nostro paese opera in partnership con Arch Insurance Company (Europe), per la quale lavora in esclusiva nella sottoscrizione di polizze Rc Professionale e D&O, ma si avvale della collaborazione di intermediari iscritti nelle sezioni B ed E del Rui. Arch Europe, a sua volta, può conferire mandati ad agenti, che vengono coordinati e controllati da Dual. "Mentre i rischi più elevati e complessi vengono quotati individualmente, spiega **Maurizio Ghiloso**, a.d. di Dual Italia, quelli di modesta dimensione sono immediatamente assicurati con prodotti 'da banco', che prevedono questionari snelli e diretti, garanzie complete, copertura immediata e un rapporto costo/prestazione davvero imbattibile.

I rapporti con gli intermediari-partner sono formalizzati da una lettera di collaborazione che contiene gli elementi normativi e le commissioni riconosciute a fronte degli affari conclusi. L'accesso alla piattaforma web Iqe - tramite id e password personali - è regolato da un contratto di comodato d'uso a titolo gratuito. La piattaforma consente agli intermediari l'accesso 24/7 per l'emissione di polizze da banco, il rinnovo delle coperture, la richiesta di modifiche e la notifica dei sinistri. Si tratta per lo più di polizze con tacito rinnovo, ma anche quelle senza tale clausola hanno una corsia preferenziale, che contempla il rinnovo con la semplice restituzione di una scheda pre-compilata. I premi, al netto delle provvigioni, vengono versati dall'intermediario con cadenza mensile".

ragire in tempo reale e a costi ridotti con la compagnia, usufruire di un servizio personalizzato ed efficiente (emissione, controllo banche dati, profilazione utente, gestione personalizzazione deroghe) e ottenere risposte in tempi rapidi. Infine la comunicazione, che si avvale di un portale dedicato alla rete, di una newsletter periodica e di supporti alle strategie di marketing del punto vendita. Facciamo anche formazione alle agenzie, attraverso Accademia Navale Assicurazioni, che nel 2007 ha formato 600

persone per un totale di 13.000 ore/uomo".

### Il vantaggio di essere multimediali

Per ottimizzare i flussi informativi con la direzione e i diversi attori della catena del valore, clienti compresi, la tecnologia dispone oggi di strumenti all'avanguardia, che sfruttano appieno i vantaggi della trasmissione multimediale. "Il canale internet è al tempo stesso immateriale e pervasivo, locale e globale, spiega **Francesco Porfiri**, direttore generale di Rita - Gruppo Ener-

gent. Il 2008 vedrà il lancio del video-portale dell'agente, che consentirà di visualizzare documenti multimediali, tra cui le referenze filmate dell'azienda, partecipare a momenti di incontro direttamente dall'ufficio, fornire aggiornamenti filmati su temi professionali con interviste ed ospiti. Gli assicurati potranno ricercare gli agenti per area geografica e conoscerli in video, verificare offerte e servizi e contattarli immediatamente. Si tratta di un canale preferenziale di accesso alle informazioni assicurative da parte dei cittadini, completo e funzionale.

"AdvertiseNet, in particolare, dichiara **Marco Sinchetto**, direttore marketing di Rita, è un sistema per la trasmissione di contenuti multimediali su terminali remoti, attraverso internet/intranet. I filmati sono organizzati in palinsesti, ognuno dei quali è associato a un gruppo di videotermini, sulla base di una struttura modificabile e gestita dal nostro centro regia. I contenuti spaziano dalla produzione di animazioni alle videoteche, dalle rassegne stampa a eventi live, da registrazioni in studio a momenti di formazione e informazione. La nostra offerta copre e tutto tondo le fasi di installazione dell'infrastruttura, programmazione e messa a punto dei contenuti (interni e esterni). Per la gestione documentale infine è disponibile myFiler, soluzione flessibile e completa per il professionista assicurativo, che gestisce a tutto tondo le fasi documentali integrando i flussi con tutti i soggetti sul territorio (agenti, sportelli, liquidatori, direzione, ecc.)".

R.C.