

Zoom!

A cura di Alessandra Schofield
Coordinamento di Etta Polignano

2 - Gennaio 2017



Autorevolezza Flessibilità Volontà

In questo numero



- ◆ **2** - Miglioriamo insieme la Comunicazione!
 - ◆ **3** - Tutte le informative di gennaio
- UnipolSai**
ASSICURAZIONI
- ◆ **4** - Il documento congiunto dei GAA UnipolSai
 - ◆ **5** - Cronaca del primo incontro tra direttivi GGAA UnipolSai
 - ◆ **8** - La parola ai Colleghi!
 - ◆ **9** - Le tappe del Road Show
 - ◆ **10** - I Colleghi parlano al RoadShow

- ◆ **11** - Commissioni Tecniche Vita
 - ◆ **12** - Commissione Processi
 - ◆ **14** - Tutti gli appuntamenti di gennaio
- Allianz** 
- ◆ **15** - Dalle Regioni: Emilia Romagna
 - ◆ **16** - Dalle Regioni: Lombardia
 - ◆ **17** - Dalle Regioni: Lombardia
 - ◆ **18** - Dalle Regioni: Sicilia e Toscana
 - ◆ **19** - Commissione Tecnica RE
- Nel prossimo numero tutte le attività
FIAP, UnipolSai ed Allianz di febbraio!**



EDITORIALE

Miglioriamo insieme la Comunicazione!

*A cura del Comitato di Redazione**

Dopo i primi timidi ma sicuri passi, ZOOM prova a proseguire il suo cammino a fianco degli Associati FIAP anche nel 2017.

ZOOM si ripropone una periodicità mensile, salvo avvenimenti particolari, e ha come obiettivo quello di rendere ancora più partecipi gli Associati della vita, spesso concitata, del Gruppo Agenti.

Sarà composto di tre parti: una cosiddetta "laica" tratterà gli aspetti legati alla compliance, all'efficientamento dei processi delle agenzie, al gestionale, alla privacy etc... Le altre due approfondiranno rispettivamente gli avvenimenti peculiari dei colleghi lato UnipolSai (GALF e MAGAP) e dei colleghi Allianz (MAGAP).

La nuova impostazione che stiamo dando a Zoom rientra in un progetto di comunicazione più vasto ed integrato, che stiamo terminando di elaborare e che prestissimo vi presenteremo.

La nostra brava Alessandra Schofield metterà la sua capacità, la sua competenza e la sua professionalità a disposizione di questo progetto che ci auguriamo possa trovare il vostro favore e gradimento, ma soprattutto la vostra collaborazione.

Vi invitiamo infatti a contattarci per suggerimenti, commenti, testimonianze, case study, confronti e, perché no, anche critiche costruttive, per aiutarci a far sì che ZOOM possa raggiungere il suo primario obiettivo: contribuire a migliorare la Comunicazione all'interno del nostro FIAP.

**Maria Antonietta Polignano, Silvio Leonelli, Paolo Sacchi*



Le strutture sono a vostra disposizione per rispondere a qualsiasi richiesta o esigenza. Visitate la nostra [pagina facebook](#) e scrivete a segreteria@gafonditaria.it oppure a segreteria@magap.eu

Tutte le informative di gennaio 2017

Info FIAP n°	90	Soppressione Tributo 1038
Info FIAP n°	91	Compensi Forfettari da I.D.- 2017
Info FIAP n°	92	Controllo di Gestione-Dossier IVASS
Info FIAP n°	93	Linee Guida FaceBook - GAAP
Info MAGAP n°	457	Relazione Politica rete AZ
Info FIAP n°	94	Comunicato congiunto Rilascio Nuovo Front End Km&Servizi
Info FIAP n°	95	Comunicato congiunto Road-Show 2017
Info FIAP n°	96	Comunicato congiunto Commissione Vita
Info FIAP n°	97	Comunicato congiunto sospensione incontri Commissioni Tecniche

Legenda

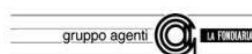
- Info per tutti
- Info lato UnipolSai
- Info lato Allianz

- Per i colleghi Galf: collegatevi a questo [link](#) per accedere alle informative,
- Per i colleghi Magap: dopo aver fatto login all'area riservata del [sito Magap](#), potrete accedere alle informative al seguente [link](#)



I Gaa UnipolSai: necessari immediati e tangibili riscontri che infondano fiducia in un progetto davvero condiviso

*“Crediamo ancora nei valori fondanti del Patto e di una Relazione Industriale vincente sul mercato”
Riportiamo di seguito il documento sottoscritto congiuntamente da tutti i GGAA UnipolSai
al termine dell’incontro tenutosi lo scorso 24 gennaio a Bologna*



Il 26 Gennaio prenderà il via il RoadShow 2017 di UnipolSai nel quale verrà presentato agli Agenti quanto fatto in questi mesi, nonché le azioni e gli obiettivi futuri, sottolineando in modo particolare l'importanza di un percorso di crescita e innovazione da realizzare insieme, Agenti e Compagnia.

Buona parte di quanto viene presentato è frutto di un confronto costruttivo e di un lavoro sinergico che l'Azienda e le Rappresentanze hanno portato avanti, a livello politico nel confronto con le Presidenze (anche sul Piano Industriale) e a livello tecnico nelle varie Commissioni.

Malgrado le buone intenzioni e l'impegno delle Parti i risultati non possono al momento considerarsi definitivi, visto che taluni determinanti Accordi debbono ancora essere affrontati (“multicanalità integrata”) e su altri le posizioni sono ancora molto distanti: è il caso del “nuovo Patto”, oltre a quanto inerente alla “competitività e sostenibilità del business dell'Impresa Agenzia”.

Per il “Progetto di vendita in mobilità” non si è al momento raggiunto un accordo politico.

La migrazione del prodotto auto, così come tecnicamente prospettata nell'ultimo incontro di Commissione, non può essere accettata, nell'interesse sistemico.

Lo stesso “Accordo Dati”, che ci ha visto pervenire a principi e linee guida condivise, deve ancora essere perfezionato e sottoscritto.

Pertanto è importante ritenere che in questo momento nessuna intesa stabile è stata raggiunta. Nemmeno per gli Istituti economici scaduti al 31 dicembre 2016.

Anche sul piano della Relazione si ritiene indispensabile evitare gravi errori, quale quello commesso con il rilascio del “front end auto” senza aver ottemperato ad un ulteriore confronto con la commissione tecnica.

Il “Patto UnipolSai”, esclude per principio l'ipotesi che la Compagnia possa seguire strade autonome senza la necessaria condivisione con le rappresentanze agenziali, sia in relazione alla parte strategica che a quella operativa. I Gruppi Agenti informeranno gli Associati nel momento in cui i nuovi progetti promossi dalla Compagnia saranno totalmente condivisi.

Le Rappresentanze degli Agenti UnipolSai credono ancora nei valori fondanti del Patto e di una Relazione Industriale vincente sul mercato, auspicando un approccio e un atteggiamento più coerente da talune Direzioni dell'Azienda.

La situazione di crescente difficoltà e insoddisfazione delle Agenzie non consente dilazioni; al contrario sono necessari immediati e tangibili riscontri che infondano fiducia e desiderio di continuare ad investire in un progetto che si possa definire veramente condiviso.

Enzo Sivori
AAU
ASSOCIATI

Jean Francois Mossino
GASAI

Nicola Picaro
GAAU

Fabrizio Chiodini
IUS

Fabrizio Rossi
GAL

Francesco Bovio
MAGAP

Vittorio Giovetti
GALF

24 GENNAIO 2017, CRONACA DEL PRIMO INCONTRO CONGIUNTO
TRA GLI ORGANI POLITICI DEI GGAA UNIPOLSAI

Patto: non è il momento della rigidità. Ma, se servirà, ne saremo capaci

Vittorio Giovetti, a nome del FIAP, tira le fila del primo incontro congiunto tra gli organi politici dei Gaa UnipolSai “Diteci come esprimere questo diffuso malessere alla Compagnia”



Una “giornata epocale, che ci ricorderemo anche in futuro”. Così Vittorio Giovetti ha definito il 24 gennaio 2017, momento di incontro per quello che più volte – nel corso degli interventi – è stato definito il “parlamento” degli agenti UnipolSai.

Si è trattata, infatti, della prima occasione in cui gli organi politici dei sette gruppi agenti UnipolSai (in ordine alfabetico: AAU, GA UnipolSai, GAL, GALF, GASAI, IUS e MAGAP) si sono dati un appuntamento comune, quale step di quel percorso di avvicinamento avviato concretamente lo scorso dicembre. Il presidente GALF – intervenuto anche a nome della Federazione FIAP, essendo il presidente MAGAP Francesco Bovio assente per motivi personali – cui è spettato il delicato compito di trarre le conclusioni della mattinata, ha individuato in tre macro temi il nucleo di

tutti gli interventi da parte dei Colleghi in sala: la convergenza tra gruppi agenti, il rinnovo del Patto ed il malessere per l’insoddisfacente operatività quotidiana. “Veniamo da storie e tradizioni diverse e diversi territori. Non era così scontato che questo nostro parlamento riunito fosse così all’unisono sul percorso di convergenza” ha osservato Giovetti con la soddisfazione di chi nell’unità individua il bene degli Associati. “La vera ragione per cui tutti noi siamo qua è non favorire le divisioni” e si tratta di un obiettivo in favore del quale ciascuno dei presidenti di Gruppo intervenuti ha dichiarato la propria disponibilità a fare un passo indietro rispetto all’incarico

ricevuto dai propri iscritti. Vittorio Giovetti ha molto apprezzato anche la qualità degli interventi, che hanno offerto spunti utili alle Presidenze.

Sul rinnovo del Patto, il presidente GALF ha confermato “Stiamo discutendolo e innovandolo. Tutti siamo qua – ha però sottolineato, in risposta a coloro che avevano chiesto ai direttivi di assumere posizioni di rigidità durante il confronto con la Compagnia – perché abbiamo esperienza di trattative: in queste situazioni è normale che ci siano momenti di escalation, passi avanti e indietro, proposte e controproposte. Oggi la trattativa è ancora in una fase arretrata. Non ritengo ci siano le condizioni ed il timing tattico per assumere posizioni rigide, anche se ne siamo del tutto capaci” ha assicurato con fermezza Giovetti, rammentando che le rappresentanze agenziali, dopo aver rigettato due volte le proposte di UnipolSai, debbono ancora presentare una controproposta in quanto mancano alcuni dati indispensabili ad una completa analisi della situazione.

Sulla diffusa sensazione di malessere che in pratica ogni intervento ha ribadito, ha concluso: tutti siamo insoddisfatti del quotidiano, riscontriamo lentezza da parte dell’Azienda nell’attuazione delle soluzioni e troppo spesso una scarsa condivisione con i Gruppi. “Qual è il segnale coerente con cui i presidenti dei Gaa devono esprimere alla Compagnia questo malessere?” ha concluso il presidente GALF, stimolando la sala a dare indicazioni ai direttivi.



Pagati troppo? Il nostro lavoro contribuisce ad aumentare l'utile della Compagnia

Negli interventi dalla sala i timori, le richieste e le proposte degli agenti UnipolSai

L'accento della Compagnia – durante l'incontro del giorno precedente – al fatto che rispetto al precedente anno sia stato riscontrato un aumento delle provvigioni a fronte di una diminuzione dei premi, ha ingenerato un diffuso timore circa l'eventuale intenzione di ridurre il margine provvigionale in sede di trattativa del Patto.

Gli agenti UnipolSai hanno ripetutamente sottolineato il valore del lavoro svolto, che ha contribuito all'aumento degli utili di azienda. “La Compagnia ha guadagnato parecchio e ci ha pagato parecchio. Il nostro lavoro ha contato” è stato dichiarato, e ancora “i principi del Patto debbono essere confermati con la certezza di un'adeguata remunerazione, se si lavora bene”. Manifestata anche la preoccupazione di una strategia di disinvestimento dalle reti a favore di altri canali distributivi.

Il rinnovo del Patto, tema fondamentale

Dunque è strettamente connesso il tema del rinnovo dell'Accordo ed i principi su cui questo si fonda. Sebbene la parte economica sia evidentemente quella determinante per la sopravvivenza delle agenzie, è stato più volte ricordato come questo preveda altri istituti e, soprattutto, come sia basato – almeno sulla carta – su una logica di reciproco rispetto e condivisione del rischio d'impresa. La sensazione è che da un lato il Patto non sia conosciuto approfonditamente in tutte le sue parti dalla rete e, dall'altro, la condivisione con la Compagnia (prevista dal concetto di rispetto) sia molto carente.



Il protrarsi della trattativa ingenera ansia “Servono risposte certe in tempi brevissimi, altrimenti il 30-40% delle agenzie chiuderà a fine 2017”. Tra le proposte avanzate, quella di legare il rinnovo dell'Accordo al Piano Industriale triennale, in modo da poter effettuare una pianificazione. L'impossibilità di svolgere una programmazione per la propria impresa-agenzia, determinata da un'incertezza sui ricavi, è stata frequentemente rimarcata, così come la difficoltà di interpretare come la Compagnia intenda il ruolo dell'intermediario nel futuro. La sala ha chiesto fermezza ai presidenti nel confronto, qualora la trattativa non proceda in modo rispettoso e coerente con le esigenze delle agenzie.

Un diffuso malcontento

Il livello di soddisfazione nel rapporto con l'Impresa è trasversalmente basso: senso di incertezza, timori per il futuro - tutti parlano di noi come morti che camminano e tutti noi siamo preoccupati -, malfunzionamenti tecnici, tempi troppo lunghi di risposta alle richieste delle agenzie, sensazione di un peggioramento nel modo di lavorare e vivere il quotidiano professionale. Gli agenti chiedono

strumenti per crescere, uniformità tariffaria, pari condizioni per tutti, prodotti tailor made competitivi sul mercato e remunerazione delle attività d'agenzia.

La presentazione svolta dal Management UnipolSai il giorno precedente è stata considerata troppo incentrata su particolari tecnici e poco coerente con la realtà vissuta dalle agenzie.

Sì alla convergenza tra gruppi agenti, per essere più forti

Come rimarcato da Vittorio Giovetti nelle sue conclusioni, la predisposizione degli associati ai sette gruppi agenti verso il percorso di convergenza è positivo, sebbene talora differiscano le visioni su come questo debba essere portato a compimento: a partire dalla base, adottando un codice etico per evitare casi di cannibalismo, o dall'elaborazione di un impianto statutario a cura dei vertici? Velocemente o con cautela, senza bruciare le tappe? Certo è, però, che un'eventuale unificazione – o comunque una forma di coesione – viene vista sostanzialmente come logica, fondamentale, ineludibile, se non addirittura già iniziata specialmente su temi come il rinnovo del Patto, espressione di rafforzamento del ruolo e dell'autorevolezza nei confronti della Compagnia “Disunità significa regalare la rete alla mandante”. “Le difficoltà” è stato affermato “sono occasioni formidabili di essere uniti e coesi nel tutelare tutti gli associati”. In queste occasioni, però, non dovremmo sederci divisi per gruppi, ma tutti insieme – ha sottolineato un collega.

Tutti insieme, verso la convergenza

l presidenti dei GGAA sottolineano l'importanza di unità e coesione nei rapporti con la Compagnia

Enzo Sivori - AAU ha aperto i lavori riassumendo i diversi passaggi che hanno condotto alla decisione di procedere ad un'ipotesi di convergenza, di cui l'incontro congiunto del 24 gennaio rappresenta uno dei primi step. Sivori ha posto l'accento sulla necessità di sollecitare i colleghi ad una evoluzione di ruolo, crescita professionale, imprenditoriale e di autonomia *"Non più attori al centro del processo distributivo, pena l'espulsione dal mercato, ma del processo relazionale con il cliente, fidelizzando in senso qualitativo tutti i contatti che le nuove tecnologie consentiranno di acquisire"*. Fondamentale governare tutte le variabili dell'agenzia, ma la Compagnia deve a sua volta evolvere, per supportare l'evoluzione degli agenti dotandoli di specifici strumenti. Sul rinnovo dell'Accordo *"Tutti insieme saremo in grado di convincere la Mandante a rinnovare il Patto in una direzione di sostegno alle agenzie"* ha dichiarato.



di allontanarsi dai clienti. Spiegare ai territori che stiamo lavorando – ha esortato i rappresentanti territoriali dei sette gruppi – e che troveremo una soluzione, ma il momento non è semplice.

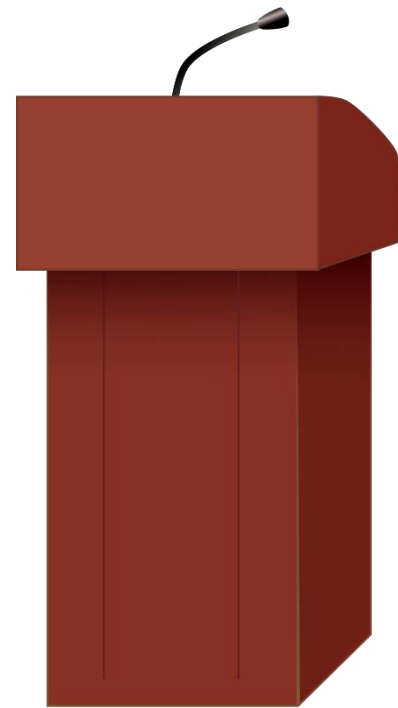
Jean François Mossino, GASAI *"Oggi in questa sala c'è tutta la rete, senza la quale la Compagnia non porta a casa risultati. Portiamo ai colleghi tutti la cognizione che noi siamo 'la rete'"*. Il percorso sancito, comunque, vedrà la base attiva e partecipe; si discuterà ancora su quello che bisogna fare *"Oggi sono emerse proposte anche provenienti da anime diverse, di cui siamo in grado di fare sintesi"* ha dichiarato Mossino. La relazione con la Mandante è, in questo momento, parziale. Ma, ha rassicurato il presidente GASAI, tutti gli accordi che i direttivi dei Gaa stanno trattando dovranno essere soddisfacenti per le agenzie. Mossino ha evidenziato la necessità di presidiare la riorganizzazione territoriale, invitando i delegati territoriali a monitorare attentamente nelle aree di loro competenza. *"Andare avanti verso l'unificazione significa fare il massimo sforzo possibile per mettere a fattor comune le nostre esperienze, ma guardando al futuro, senza concentrarci su quanto finora non ha funzionato, nel mondo del mercato che si evolve e non appartiene alle singole ex divisioni, e contrastando la tentazione di valutarsi meglio degli altri"* ha concluso.



Fabrizio Chiodini - IUS ha ribadito l'importanza del principio del reciproco rispetto impresa/compagnia-impresa/agenzia *"Dobbiamo imparare a conoscere gli strumenti che ci permettano di gestire la nostra impresa-agenzia, ma gli strumenti che ci dà la Compagnia debbono essere finalizzati a questo. Ciò significa una"*

condivisione a priori dei progetti, che in questo momento non c'è". Senza questa condivisione, senza questo rispetto cambia la relazione con l'Azienda e cambiano i fondamentali del Patto. L'unificazione dei Gaa rappresenta passaggio auspicato e molto importante per attribuire eccezionale forza alla rappresentanza.

Nicola Picaro - GAAU ritiene l'unificazione tassativa e qualsiasi ostacolo deve essere superato. Sua la sollecitazione ai Colleghi in sala *"Qual è il livello di soddisfazione nella relazione di business con la Compagnia?"*. Identificare la tecnologia come un pericolo, ha colto l'occasione per precisare, significa rischiare



La parola ai Colleghi!

Silvio Leonelli e Siro Lucchini sono intervenuti all'incontro congiunto tra i Gruppi Agenti UnipolSai. Ecco cos'hanno detto

"Non ci si associa – matrimonio o Associazione Agenti che sia – per fare delle rinunce ed impoverirsi... e non stiamo parlando di denaro, ma di valori"



Silvio Leonelli

Intermediario di assicurazioni a Roma e militante del Magap.

La parola "consapevolezza" non basta più

Quest'Azienda ha bisogno di noi.

Lo dico e lo ripeto con rammarico, ma forse con qualche progetto in testa : le Imprese hanno bisogno di noi.

E dobbiamo anche intervenire con una certa urgenza, ve lo dico in quanto responsabile, per il MAGAP, delle Commissioni tecnico/politiche Auto e Formazione.

Che ne dite se andiamo *oltre* il concetto di rispetto dei ruoli? L'Impresa fabbrica il prodotto, l'Impresa definisce la tariffa, e la Rete deve ammazzarsi di fatica, sangue e sudore per venderlo nonostante... NO, non va bene! Vero, Maurizio?

Perché nutriamo il pre-concetto, il pre-giudizio che i cervelli delle Imprese siano migliori dei nostri? Più adeguati dei nostri? Più colti dei nostri?

Possiamo, invece, accettare i rischi (e le soddisfazioni, e la crescita culturale) dell'essere protagonisti della nostra storia, in un'ottica liberista. La parola consapevolezza non basta più.

Ecco cosa mi aspetto da un Gruppo Agenti:

- ◇ Reale ascolto delle esigenze della Rete
- ◇ Ribaltamento del diritto di opinione in dovere di opinione
- ◇ Autonomia di pensiero, pensiero libero e consapevole
- ◇ Non subalternità, ma iniziativa : soggetti e non più oggetti, attivi e non passivi
- ◇ Proposte culturali, a beneficio dell'Impresa e degli Associati, per rendere più profittevole e più consapevole la nostra professione (e anche più piacevole, perché no?)
- ◇ Docenze di Gruppo (per chi non ne è ancora dotato) per formare gli Associati in maniera autonoma e secondo necessità, svincolati dai programmi delle Imprese
- ◇ Occupare tutti gli spazi lasciati liberi dalle Imprese coinvolgendo le migliori risorse del Gruppo Agenti
- ◇ Difesa della redditività delle Agenzie, aiutandole a

svilupparsi e ad emanciparsi (creare reddito) e proteggendole dalle violazioni normative (evitare sanzioni: per il rispetto delle regole è stata istituita la Commissione compliance.normative@gmail.com)

- ◇ Le Mandanti considerate fornitori di prodotti e servizi, in un'ottica di laicità e di parità
- ◇ Diritto/*dovere* di disobbedienza e di obiezione di coscienza.

Patto, ritrattare la componente economica non basta: è necessario



riqualificare la collaborazione tra agenzie e Compagnia

Siro Lucchini

Il Patto Unipol è basato su un trasferimento alle agenzie del rischio di impresa che di solito la mandante trattiene in proprio. Per questo motivo una parte del Patto prevede che le agenzie siano remunerate in base ai loro andamenti tecnici d'agenzia legati al rapporto S/P. La denominazione stessa di questo rapporto col termine di "Patto" e non "accordo" evidenzia la previsione che tutte le componenti collaborino al buon andamento delle aziende e di conseguenza delle agenzie. L'elevata remunerazione delle agenzie in questi anni è stata determinata dal fatto che la Compagnia, grazie all'operato delle agenzie, ha aggiunto ottimi risultati; gli agenti hanno prodotto utili ed un miglioramento dell'immagine di UnipolSai, sostenendone la significativa presenza su tutto il territorio ed in tutto il tessuto economico a livello nazionale.

In concomitanza, però, il sovraccarico di lavoro che è arrivato sulle agenzie – in termini di nuove incombenze che prima non competevano loro – ha peggiorato la qualità del lavoro e della vita dei singoli agenti. Quindi, nella ridefinizione del Patto non è solo la componente economica che deve essere ritrattata, ma anche il miglioramento della collaborazione effettiva e quantificabile tra agenzia e Compagnia, perché possa migliorare la qualità del lavoro di tutti. Bisogna chiedersi come mai le agenzie prima percepivano meno ma avevano una redditività migliore ed oggi paradossalmente prendono di più, ma sono in maggiore sofferenza.

Le tappe del **Road Show** UnipolSai

Giovedì 26 gennaio	Napoli	Centro Congressi Città della Scienza	Campania/Calabria Nord (CS)/Basilicata -
Martedì 31 gennaio	Bari	The Nicolaus Hotel	Puglia - Distretto Sud
Giovedì 2 febbraio (pomeriggio)	San Benedetto del Tronto	Palariviera	Marche/Abruzzo/Umbria/Molise - Distretto Centro
Lunedì 6 febbraio	Roma	Rome Marriott Park Hotel	Lazio - Distretto Centro
Venerdì 10 febbraio (mattina)	Firenze	Conference Florentia Hotel (ex Sheraton)	Toscana - Distretto NE
Lunedì 13 febbraio (mattina)	Milano	Atahotel Expo Fiera	Lombardia A (MI-LO-MB-VA) - Distretto NO
Lunedì 13 febbraio (pomeriggio)	Milano	Atahotel Expo Fiera	Lombardia B (BG-BS-CO-CR-LC-MN-PV-SO)
Giovedì 16 febbraio	Vicenza	Vicenza Convention Centre	Veneto/Trentino/Friuli - Distretto NE
Lunedì 20 febbraio	Bologna	Centro Congressi Villa Cicogna	Emilia Romagna - Distretto NE
Lunedì 20 febbraio	Bologna	Centro Congressi Villa Cicogna	Assicoop
Giovedì 23 febbraio	Torino	Teatro della Concordia	Piemonte/Valle D'Aosta - Distretto NO
Lunedì 27 febbraio (mattina)	Genova	Centro Congressi Porto Antico	Liguria - Distretto NO
Giovedì 2 marzo	Catania	Grand Hotel Villa Itria	Sicilia (AG-CL-CT-ME-RG-SR-EM-PA-TP)/
Giovedì 8 marzo	Cagliari	T-Hotel	Sardegna - Distretto Centro



Un'immagine della sala durante la tappa barese del Road Show.

Mercoledì 31 gennaio, presso il Nicolaus Hotel

Basta a tutti gli inutili ostacoli amministrativi

Elementi definiti per pianificare in ottica triennale

Gli interventi dei Colleghi Alfonso Santangelo ed Etta Polignano alle prime due tappe del Roadshow UnipolSai, a Napoli e Bari



Nelle tappe del Road Show UnipolSai di Napoli e Bari si sono avvicendati diversi colleghi dei vari gruppi, con interventi densi di contenuti.

Vi proponiamo qui la sintesi dei contributi portati da Alfonso Santangelo e Maria AntoniEtta Polignano.

Alfonso Santangelo: nessuno deve restare indietro

“Siamo qui per dimenticare gli squilibri subiti e, in modo propositivo, affrontare le nuove sfide”. Alfonso Santangelo è intervenuto durante la prima tappa del RoadShow UnipolSai, tenutasi a Napoli, richiamando la Compagnia ad intraprendere un percorso comune con la rete. *“Il più grande ed affascinante valore di UnipolSai è l'unità di tutte le sue componenti aziendali, valore che ho immediatamente rievocato nel sentire che ‘Compagnia, Agenti e Clienti accelerano sullo stesso percorso’. È importante aggiungere a questi anche tutta la fitta rete sub-agenziale e ricordare fermamente che NESSUNO deve essere lasciato indietro, o addirittura perso”.*

Santangelo ha sottolineato infatti l'importanza di non perdere né i buoni clienti, né i subagenti *“che, come ultimo anello della catena soffrono più di tutti ed hanno trovato altri sbocchi lavorativi non riscontrando nella compagnia leader del mercato*

le condizioni minime per poter mantenere il portafoglio”.

Fondamentale l'autonomia operativa degli agenti, intesa come eliminazione di inutili ostacoli amministrativi che danno origine ad un *“ridicolo ping pong quotidiano fatto di richiesta, autorizzazione, eventuale successiva modifica del contratto, insignificante per l'autorizzazione ricevuta ma superabile solo con altro ok direzionale”.*

Santangelo ha chiesto alla Compagnia che la dichiarata consapevolezza delle difficoltà legate alla redditività agenziale si traduca in concreto supporto economico *“Siamo a Napoli, in un teatro. Sapietro, per alleggerire la giornata, ha messo in scena una brillante commedia e io, da buon Napoletano, non posso che rispondere con una sceneggiata ‘Sono potuto venire perché c'è il sole che mi ha permesso di uscire senza cappotto, visto che il mio l'ho dovuto impegnare’”* ha concluso il Collega.

Etta Polignano: per vendere sicurezza abbiamo bisogno di certezze

Maria AntoniEtta Polignano, pur apprezzando i progetti della Compagnia, gli investimenti in innovazione e le problematiche affrontate, ha rimarcato il fatto che purtroppo la realtà oggi vede ancora la maggior parte degli agenti profondamente insoddisfatta del quotidiano e che le strutture agenziali continuano ad essere sotto pressione.

Ha poi sottolineato la necessità delle agenzie di avere al più presto certezze sulla remunerazione *“Per vendere Sicurezza abbiamo bisogno di certezze: le nostre agenzie hanno necessità di elementi DEFINITI sui quali pianificare almeno in logica triennale”.*

In riferimento ai progetti di riorganizzazione dei territori, Polignano ha evidenziato la necessità per la rete di interventi di sostegno destinati alle agenzie in fase di riorganizzazione, di piani di intervento per la sostenibilità delle rivalse e soprattutto di regole certe per limitare la pernicioso concorrenza infragruppo.

Ha concluso l'intervento riaffermando il concetto espresso dal documento sottoscritto dai gruppi il 26 gennaio e chiedendo quindi ai dirigenti della Compagnia *“immediati e tangibili riscontri alle richieste della rete che possano infondere fiducia e desiderio di continuare ad investire in un progetto condiviso”.*



COMMISSIONI TECNICHE VITA

Il progressivo abbandono del ramo I e lo sviluppo del ramo III

Giacomo Lotrecchio

L'attività delle Commissioni Vita, nel 2016, è stata caratterizzata da una attività di confronto serrato con la Compagnia per cercare di mitigare gli effetti prodotti dalla migrazione di fine 2015 del portafoglio Vita sull'applicativo Essig, soprattutto per supportare i colleghi nelle difficoltà relative alle liquidazioni delle polizze in scadenza.

Inoltre per la prima volta abbiamo potuto verificare l'inizio della politica di richiesta di sviluppo prodotti ramo III con l'avvento del prodotto Gestimix sia a premio unico che a premio ricorrente, seguito poi sul finire dell'anno del prodotto a premio unico unit linked Energy.



Con l'avvento di questi prodotti abbiamo assistito all'abbandono progressivo da parte della Compagnia della raccolta nelle gestioni separate di Ramo I, concretizzatosi con l'ultima circolare di gennaio 2017 secondo cui di fatto verranno strutturate delle campagne specifiche con l'abbandono del prodotto a listino Investimento Garantito sia nella versione base che nella versione fidelity.

Questa scelta di assenza dal listino del prodotto di ramo I, sappiamo metterà in difficoltà buona parte della nostra rete che ancora non è preparata ad un approccio verso la clientela con una proposta Vita legata all'andamento dei mercati finanziari e a dotarsi di profili di consulenti nelle agenzie che possano dare ai clienti le giuste risposte in termini di rischio/rendimento.

Nell'attesa di verificare prossimamente quali siano gli strumenti e le iniziative che possono aiutare la rete, come i tool di consulenza e il proseguimento delle campagne di reclutamento di specialist nel settore Vita e/o Family Welfare, siamo certi che le linee guida per il 2017 non potranno che essere legati allo sviluppo della raccolta sul ramo III, sia in premi annui che in premi unici, ad un rilancio della proposta di Compagnia sulla previdenza complementare e, per quanto riguarda la parte protezione del ramo Vita, una sempre maggiore richiesta di sviluppo sulle Tcm e sul prodotto Ltc.

Di conseguenza il rappel Vita 2017, su cui verremo a breve intrattenuti in una specifica commissione, si svilupperà con una richiesta in linea con la struttura del nuovo listino unico di compagnia, ormai quasi completo (manca solo il restyling del prodotto Pip) con nessuna richiesta di sviluppo sul ramo I a premio unico e, come nel 2016, il totale dell'importo rappel messo a disposizione della rete sarà sbilanciato sui prodotti a premio annuo.

Nel 2017 la somma messa a disposizione come rappel vita non sarà suddivisa tra ex Unipol ed ex Fonsai-Milano, ma sarà un unico importo messo a disposizione di tutte le agenzie essendo ormai tutte inserite nel Patto.



COMMISSIONE TECNICA PROCESSI

Passaggio ad Essig: tanto è stato fatto, tanto c'è ancora da fare



A distanza di circa un anno dall'inizio dei lavori della Commissione Processi sul passaggio ad Essig, abbiamo intervistato per voi **Paola Minini**, coordinatrice della Commissione Processi.

Come definirebbe ad oggi il bilancio sullo stato dell'arte? Positivo o negativo?

La Commissione Processi nasce da una precisa sollecitazione dei Gruppi Agenti, in particolar modo appartenenti al mondo FonSai-Milano e sono convinta che il ruolo del nostro Gruppo in tal senso sia stato molto importante. D'altra parte per noi il passaggio ad Essig è stato veramente traumatico: abbiamo perso tutta la parte del sistema informatico destinato alla gestione ed al controllo dell'agenzia, dal momento che Essig si occupa del rapporto fra Compagnia e Agenzie in un'ottica quasi esclusiva, oltre a registrare tutta una serie di problematiche connesse alla migrazione "forzosa" delle polizze rami elementari e vita, al cambio di prodotti e più in generale di tutte le logiche sottostanti ai processi di agenzia.

Il fatto quindi che la Compagnia abbia costituito questa Commissione, che vede il coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali (LOB), in un'ottica di revisione dei processi e dei flussi che coinvolgono agenzie e compagnia, è

stato per noi un elemento di grandissima importanza. Anche perché questo significa la presa di coscienza – come dichiarato anche dal Direttore Matteo Laterza in occasione della riunione dei Direttivi congiunti dello scorso 23 gennaio – che il sistema deve garantire la sostenibilità non solo della Compagnia ma anche delle Agenzie, in una logica di miglioramento della posizione competitiva, passando attraverso la riduzione dei costi dell'intero sistema distributivo, l'innovazione e l'evoluzione dei sistemi informatici, con particolare attenzione alla semplificazione ed automazione dei processi, alla gestione dei dati, all'assistenza.

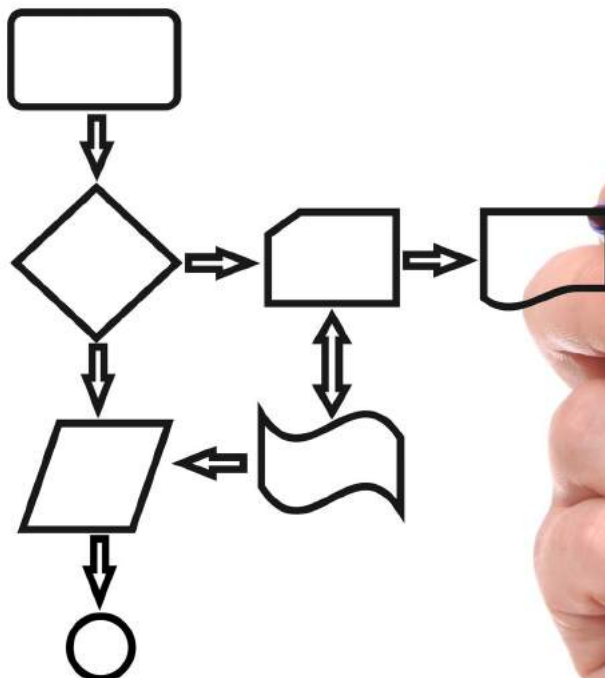
Le attività, oltre a quelle legate alla risoluzione delle anomalie, vengono raggruppate in BPR (Business Process Reengineering): quelli già attivati sono il BPR1 che si occupa di digitalizzazione dei processi di agenzia, il BPR3 che si occupa di revisione del modello di assistenza, il BPR4 – partito lo scorso mese di dicembre – che affronta il tema fondamentale della revisione del processo assuntivo ed il BPR5 che si occupa della comunicazione fra Compagnia e Agenzie tramite la razionalizzazione e la revisione di UEBA.

Il lavoro è ponderoso e infatti le attività hanno comportato la convocazione di 26 riunioni (più di due al mese) sui vari temi.

A distanza di circa un anno dalla convocazione della prima riunione posso certamente affermare che il bilancio è complessivamente positivo, anche se non privo di ombre.

Dal suo punto di vista, com'è il livello di qualità del confronto con la Compagnia sul tema? Ha trovato disponibilità a recepire le indicazioni e le proposte della rete da parte della Mandante?

Sicuramente, rispetto ai primi tempi del nostro ingresso nel mondo Unipol, l'ascolto da parte della Compagnia è molto migliorato. La strada da fare però è ancora molto lunga e dobbiamo augurarci che il livello cresca in modo esponenziale, dal momento che i problemi sono ancora molti e le tempistiche di risoluzione spesso non adeguate. D'altra parte, la Compagnia stessa ha dichiarato, visti i risultati ottenuti dal loro punto di vista grazie al lavoro della Commissione, che il percorso intrapreso è quello giusto, per cui se vogliamo davvero ottenere risultati importanti per tutto il sistema





distributivo l'ascolto non potrà che aumentare.

Quali sono state le principali difficoltà operative incontrate finora?

La principale difficoltà nasce dal fatto che, come sempre, il cambiamento richiede impegno, per cui spesso abbiamo fatto fatica a far capire le logiche dei processi all'interno dell'agenzia e le ragioni delle nostre richieste di modifiche profonde nei processi che vedono coinvolta la Compagnia. Sicuramente ci sono funzioni aziendali più disponibili di altre, anche se dobbiamo rilevare che con il passare del tempo le difficoltà di comprensione sono diminuite. Tuttavia, dobbiamo purtroppo constatare che — ed è storia recente —, nonostante i buoni rapporti ed il grande lavoro svolto, vengono ancora — in modo incomprensibile — trascurate le indicazioni degli Agenti: il caso è quello del front-end auto rilasciato il 23 gennaio senza che fossero ulteriormente testate le funzionalità del programma e la risoluzione delle anomalie segnalate nella prima fase di test. E non posso che rammaricarmi del fatto che quello che poteva essere un ottimo strumento a supporto dell'attività delle agenzie e un forte segnale di cambiamento da parte della Compagnia si sia trasformato invece in un ulteriore problema. Sottolineo per altro che, finché la Compagnia non si convincerà dell'assoluta necessità di procedere con test in agenzia degli

applicativi prima del rilascio in produzione, continueremo a trovarci in situazioni analoghe, con pesanti ricadute su tutto il sistema e ben lontani dall'obiettivo di efficacia ed efficienza che la Compagnia si è posta. Devo anche rilevare che alcune difficoltà le abbiamo trovate all'inizio dell'attività della Commissione nel relazionarci con i colleghi degli altri Gruppi Agenti: il cammino di crescita e di reciproca conoscenza fatto da tutti i Gruppi in questo ultimo anno è stato però molto importante ed oggi possiamo registrare modalità di lavoro, da parte dei membri della commissione, di grande collaborazione e volte a ricercare sempre linee comuni.

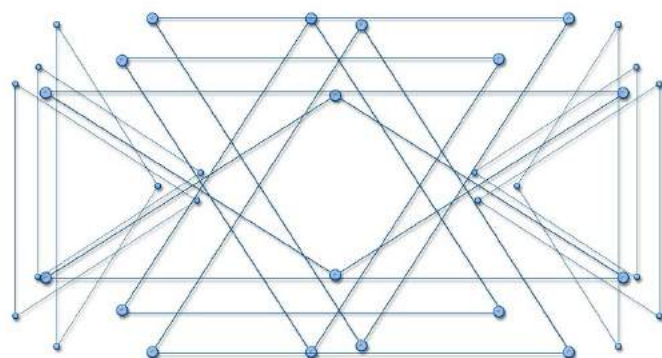
Quali i principali problemi risolti? Quali i nodi ancora da risolvere?

I problemi risolti sono numerosi e la Commissione predisporrà a breve una relazione sul tema. Purtroppo però i problemi non risolti sono ancora tantissimi, per cui i colleghi fanno fatica a percepire il beneficio a fronte di un sistema macchinoso e che crea

moltissime difficoltà nell'attività lavorativa quotidiana.

Secondo lei, quanto tempo ci vorrà per il completamento definitivo del processo?

Mi auguro che i processi che oggi impattano maggiormente in senso negativo sull'attività delle agenzie possano trovare una loro sistemazione o ridefinizione al massimo nell'arco temporale stabilito dal piano industriale della Compagnia, quindi entro la fine del 2018. Ritengo che però per questo tipo di commissione il lavoro non possa trovare un termine, perché sarà sempre più importante trovare soluzioni condivise che consentano di affrontare in modo rapido, efficace, innovativo ed in grado di assicurare la sostenibilità di tutte le parti in causa i cambiamenti che inevitabilmente interesseranno il nostro mondo.



Tutti gli incontri UnipolSai nel gennaio 2017

10 gennaio 2017	Commissione Tecnica Commerciale - Commissione Vita
10 gennaio 2017	Commissione Gestionale Informatica - BPR 1 Digitalizzazione
11 gennaio 2017	Commissione Tecnica Commerciale
17 gennaio 2017	Presidenza - Incontro UDP
18 gennaio 2017	Commissione Gestionale Informatica - Commissione Formazione
19 gennaio 2017	Commissione Tecnica Commerciale - Commissione Danni
19 gennaio 2017	Commissione Tecnica Commerciale - Commissione Auto
23 gennaio 2017	Incontro direzione commerciale - Giunte GGAA UnipolSai
23 gennaio 2017	Consiglio direttivo
24 gennaio 2017	Incontro congiunto direttivi GGAA UnipolSai

ULTIM'ORA!

I Gruppi Agenti UnipolSai hanno comunicato alla Compagnia la sospensione di tutti gli incontri delle Commissioni tecniche, fino al conseguimento di una procedura relazionale più utile al sistema e rispettosa dei principi fondanti del Patto.



In programma a febbraio*

- ⇒ **2-3 febbraio** Ufficio di Presidenza (incontro)
- ⇒ **7 febbraio** Uffici di Presidenza UnipolSai (Nuovo Patto)
- ⇒ **7 febbraio** Commissione Privacy congiunta GGAA UnipolSai (Accordo Dati)
- ⇒ **8 febbraio** Commissione Servizi Assicurativi - **Sospesa**
- ⇒ **8 febbraio** Commissione Sinistri - **Sospesa**
- ⇒ **15 febbraio** Commissione Rami Elementari (Prodotto PET) - **Sospesa**

*La programmazione potrebbe subire variazioni

EMILIA ROMAGNA

La necessità di organizzarsi per mantenere l'attrattività verso i clienti



Di Alceste Errani - Delegato Regionale

Nel mercato di oggi l'unica certezza che abbiamo è il cambiamento. L'unico elemento di stabilità è la consapevolezza che negli ultimi quattro o cinque anni è stato completamente stravolto il nostro lavoro. La criticità che debbono affrontare le agenzie è soprattutto economica, perché la maggior parte delle agenzie italiane incentrava le sue economie sulla Rc Auto. Ma chi aveva un portafoglio composto all'80% da Rca oggi si trova in grande difficoltà ed in grande pericolo, soprattutto ora che tutti gli attori del mercato hanno contribuito a distruggere il premio medio. Bisogna invece fare delle scelte, uscire da quell'area di comfort che si era creata e, nel più breve tempo possibile, svincolare le nostre entrate dal comparto Auto, capovolgere quel mix di portafoglio. Il rischio, diversamente, è quello di non riuscire a restare sul mercato. Questo discorso vale per tutti gli agenti, che siano mono o pluri ed indipendentemente dal mandato che esprimono. Dobbiamo mettere il cliente al centro e – in un mercato dove molte compagnie generaliste, come per esempio proprio Allianz, hanno a cuore il proprio *core business* e quindi stanno cercando di portare fuori dalle agenzie numerosi rischi come la Rc Professionale o la Globale Fabbricati – attrezzarci per conservare la nostra attrattività nei confronti dei clienti, adeguando le nostre strutture con mandati specialistici. Molti rischi di nicchia, se ben gestiti, possono dare grande profitto. Ognuno di noi è chiamato a fare un'analisi del proprio portafoglio clienti ed operare per rispondere alle esigenze degli assicurati. Chi è in grado di affrontare questo nuovo mercato ha oggi la possibilità di soddisfare anche quei clienti che, per mille motivi, non trovano risposta ai propri bisogni di copertura. Non c'è una soluzione adatta per tutti:

per alcuni può essere prendere mandati specialistici, o affiancare un mandato generalista a quello che si ha già; le collaborazioni A con A possono dare grande respiro, integrate con le soluzioni individuate dal Gruppo. Dipende dal tipo di business che siamo chiamati ad intermediare in base alle specificità della nostra clientela. Noi non avremo mai la possibilità di incidere sulle modalità distributive o assuntive di Allianz o di qualsiasi altra compagnia; dobbiamo invece metterci in grado di rispondere autonomamente a tutte le esigenze dei clienti. In quest'ottica di cambiamento, la digitalizzazione è diventata partner insostituibile delle agenzie, la cui gestione è sempre più complessa. Purtroppo molto spesso, da parte delle compagnie, la digitalizzazione è stata utilizzata per scaricare oneri gestionali sulle agenzie. Lo spin off che abbiamo vissuto non ha precedenti sul mercato. Ci siamo trovati da un giorno all'altro a rapportarci con un nuovo *player*, una nuova mandante molto strutturata e standardizzata, che attua un'assunzione tecnica esasperata e che considera le tariffe un proprio patrimonio. È anche, naturalmente, una compagnia di grande solidità economica; in questo senso è certamente un porto sicuro ed ha molto investito nel sostegno alla rete. Il servizio a livello sinistri è un'eccellenza sul mercato. Ma tutto ciò non toglie che noi si debba essere padroni del nostro futuro, senza limitarci ad essere semplici gestori dell'agenzia. E dobbiamo avere il coraggio di sperimentare, anche avvicinandoci all'e-commerce: la nostra clientela spesso è giovane, e vuole utilizzare il canale internet per i propri acquisti. Allianz è stata tra le prime compagnie a darci la possibilità di operare in questo ambito, e ritengo positivo da parte nostra approcciare a questa modalità distributiva. Dobbiamo

chiaramente mettere a punto tutti gli argomenti correlati in termini di privacy e compliance, ed il Gruppo Agenti si sta confrontando con Allianz in questo senso.

Chiudo con una considerazione. Il Gruppo Agenti è di tutti e la partecipazione è importante, sempre! E mi piacerebbe vedere una maggiore maturità, una maggiore consapevolezza ed un atteggiamento più proattivo nell'affrontare i problemi: le difficoltà ci sono, ma piangersi addosso è inutile. Se vogliamo restare sul mercato, dobbiamo prendere in mano il nostro futuro.





LOMBARDIA

Le maggiori difficoltà sono il rovescio della medaglia dei punti di forza

Armando Feola
Stefano Lanza - Delegati

Regionali

Evoluzione della figura professionale dell'agente: possiamo sostenere che le maggiori difficoltà sono il rovescio della medaglia dei punti di forza?

Ragionevolmente, sì.

L'evoluzione della figura professionale, secondo la nostra opinione, passa da due fattori: la crescita culturale, quindi la formazione, e la crescita professionale imprenditoriale.

Il mercato è veramente sempre più complesso, la nostra figura si sta fondendo tra necessità di visibilità social ma allo stesso tempo di professionalità vera, non solamente dichiarata.

La *lifelong learning* non è semplicemente il corso di formazione sui prodotti della propria società di riferimento, ma è l'atteggiamento di un professionista che resta sul mercato con forza e preparazione.

La crescita professionale imprenditoriale è senz'altro un aspetto di questa formazione, la visione non più solamente di un gestore di agenzia, ma di un imprenditore che agisce sulle leve della propria redditività.

Capacità di comunicare al mercato quindi, sempre più parcellizzato e difforme, sempre più online e sempre meno presente.

L'imprenditorialità senz'altro passa attraverso la capacità di incidere nella presenza in rete e nella costruzione di una reputazione solida.

Questo in linea generale.

Per quanto riguarda noi in particolare, l'occasione che abbiamo vissuto in questi due anni di spin off è stata straordinaria: siamo stati catapultati da un'azienda italiana old style, ad una multinazionale assicurativa con

un brand ed un'immagine di alto livello. Il passaggio alla digitalizzazione dei processi è l'indicatore della necessità di snellire gli oneri gestionali, a favore delle attività commerciali.

Attenzione: la digitalizzazione non significa oneri per il front office, a favore dello snellimento delle attività di back office a monte, bensì la capacità di creare "tempo commerciale" stabile. Quindi la digitalizzazione è un trend da cavalcare, e sviluppare.

Come già detto in precedenza, la capacità imprenditoriale sta anche nel saper gestire le "novità" tecnologiche, che rappresentano solo una piccola finestra sul futuro che si manifesterà nei prossimi dieci anni.

Allianz ha una forte capacità di leggere in anticipo i passaggi di questi anni, grazie agli investimenti determinati dagli utili che produce.

La responsabilità di un gruppo mondiale sta nella capacità di gestire le risorse al

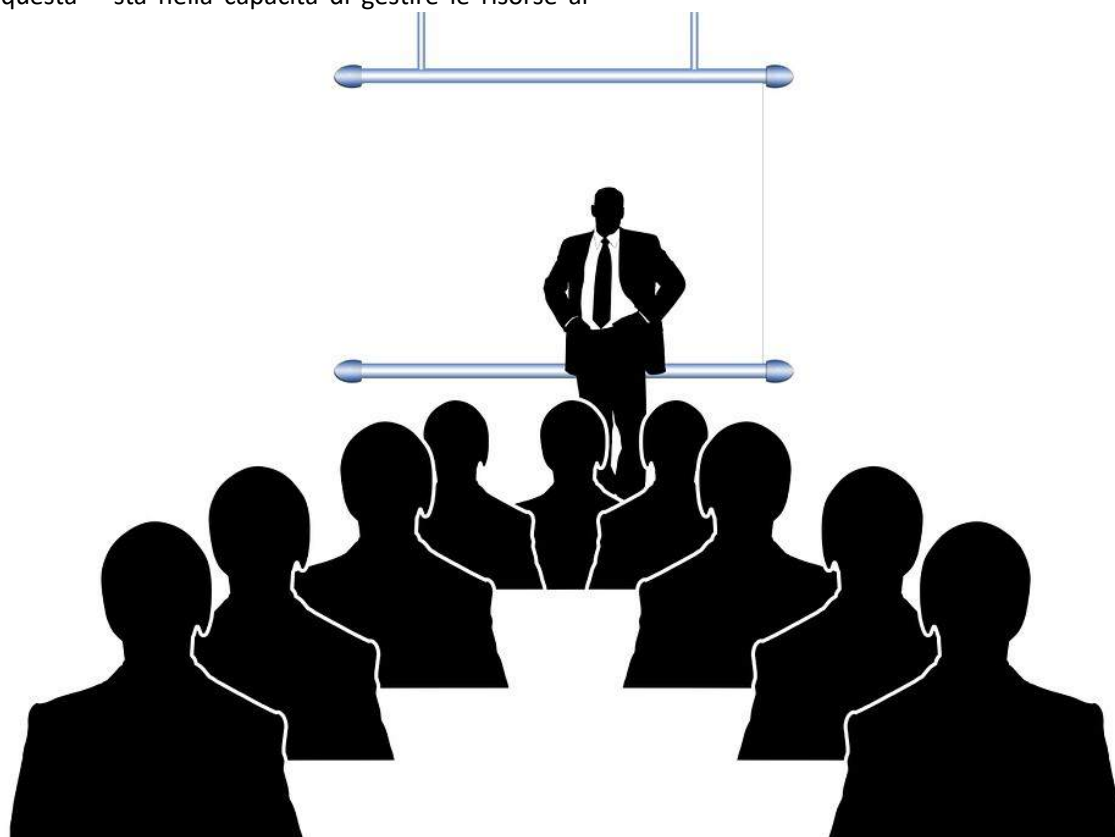


meglio per traghettare nel futuro tutti i suoi addetti.

Difficile dire, anche se a livello associacionistico è molto più semplice dare una lettura negativa della digitalizzazione in senso più ampio, se la tecnologia sarà un alleato, od un concorrente, se il mercato sarà nostro alleato, o ci schiaccerà...

Nel nostro ruolo di delegati regionali, riceviamo richieste molteplici e disparate dagli associati.

Le più frequenti sono di varia natura, e spaziano dagli obblighi Ivass alla gestione della scontistica Auto e altri rami, alla necessità di preventivare rischi non graditi.



Rosy Sorbara -
Delegato regionale

Il mercato assicurativo ha subito dei profondi cambiamenti negli ultimi anni. Molti Agenti hanno incontrato difficoltà quali perdita di quote di mercato, volatilità della clientela con conseguente riduzione della redditività di agenzia, forte e pressante spinta da parte dei Clienti a cercare offerte migliori e più concorrenziali a livello di prezzo (presenza aggregatori e brainstorming da parte di associazioni di consumatori hanno determinato una mutazione nel comportamento di acquisto del cliente), cambiamento della mentalità e vision del cliente (pensa di essere più preparato in materia, è diventato sempre più esigente e pignolo e chiede rapidità, è diventato più "tecnologico"), sempre maggior burocrazia e richiesta di rispetto delle normative. In un mercato così incerto, il povero Agente si trova in difficoltà, consapevole tuttavia di avere come punto di forza un pacchetto clienti che dovrebbe conoscere e aver "profilato nel tempo", competenze completamente diverse da canali diretti, consulenza e rapporto umano.

A mio avviso, l'Agente e il personale di Agenzia dovrebbero puntare sull'importanza del rapporto umano mixato all'utilizzo della tecnologia e del canale web come opportunità per attirare clientela, ricercando tra i propri prodotti quelli più appetibili per la vendita via web. Inoltre, in un mercato sempre più attento al parametro "prezzo" è necessario che l'Agente vada

LOMBARDIA

Puntare sul mix rapporto umano e tecnologia Ma il futuro è incerto



oltre alla mera comparazione di tariffa ma trasmetta al Cliente l'esigenza di controllare le condizioni di quello che sta acquistando partendo dalla consapevolezza che i prodotti non sono tutti uguali.

L'informatizzazione dei processi può essere un valido supporto all'attività dell'agente, ma può rappresentare anche una sorta di "concorrente"? Indubbiamente la digitalizzazione, se ben funzionante (perdonate la battuta, ma l'anno dei closing è stato molto dispendioso in quanto la Digital Agency aveva dei bug pazzeschi) e utilizzata in modo intelligente, non può che

supportare e alleggerire l'attività di agenzia. Può invece rappresentare una concorrente se viene utilizzata dalla Mandante con "finalità proprie" in antitesi con quelle degli agenti (nello specifico, troppa profilazione temo possa essere o diventare molto pericolosa).

E, a proposito... il primo ed il secondo closing hanno rappresentato un vero e proprio "tsunami", un periodo duro e tutt'altro che facile: si sono riscontrate problematiche legate all'operatività "di tutti i giorni", alla presenza di regole non chiare che hanno dato adito a dubbi interpretativi, prodotti nuovi da studiare, difficoltà nell'utilizzo della Digital Agency, comunicazione con la Direzione carente e scalata su vari livelli dai quali pervenivano risposte diverse allo stesso quesito, confusione e caos nella gestione ordinaria, tempi di attesa lunghi.

Da parte dei colleghi del territorio mi giungono richieste in tema di compliance e operatività di agenzia, privacy di agenzia, mandati e normative, informazioni su convenzioni tra Magap e società esterne (per esempio per il gestionale di agenzia).

Timori per il futuro?

Personalmente vedo il futuro incerto e questo mi mette profondamente a disagio.

Con Allianz mi chiedo se sarà mai possibile riuscire ad instaurare un dialogo aperto e proattivo.



SICILIA

Temiamo l'assenza di un vero confronto con la Compagnia

Sofia Puleo - Delegato Regionale

Tra le difficoltà che gli agenti devono oggi affrontare, al primo posto possiamo mettere l'eccessiva burocratizzazione dell'attività. Con questo non si intendono gli obblighi espositivi, di cui è sufficiente occuparsi una volta l'anno o quando debbono essere aggiornati, ma la quotidiana necessità di restare coerenti con le disposizioni di leggi/regolamenti e le disposizioni di compagnia, che rende impossibile anche solo preparare un banale preventivo, oggi che le comunicazioni sono *smart* e vengono affidate ad un *whatsapp*. Il rischio è di sentirsi costretti ad essere sommari, superficiali, affidandosi ad un quotatore anonimo (non sempre attendibile, peraltro) e questo riguarda tutti i rami, non solo l'Auto!

Se voglio fare la professionista e curare gli interessi e gli obiettivi del cliente devo essere "lunga", pedante e con un approccio alla consulenza anche vecchio e antiquato... l'appuntamento! Oppure si pensi al Vita: bisogna censire un padre o una madre che paga la polizza per la figlia, a prescindere dall'importo pagato. Siamo pieni di vincoli che – spiace dirlo – non tutti rispettano. Chi invece, come me, pretende che in agenzia lo facciano tutti, magari è considerato un "precisino" (per non dire altro). E, ovviamente, i primi a non capire tante difficoltà sono proprio i clienti, a cui rimane la sensazione che se fanno da soli è molto più semplice rispetto a

quando invece un intermediario presta la propria consulenza. D'altro canto, per quanto mi riguarda dormo benissimo.

Personalmente ritengo la digitalizzazione favolosa. Non potrei più fare senza; sarebbe come pensare, oggi, di uscire da casa senza il cellulare: impossibile.

Noto l'enorme differenza con le compagnie che non hanno un programma come quello di Allianz e mi sembra inverosimile. L'obiettivo della mandante è gestire meglio la rete con minori dipendenti, da remoto, incasellare richieste e risposte, semplificare i processi.

In questo momento di evoluzione generale, noi abbiamo vissuto un periodo particolarmente delicato. Il periodo di fidanzamento (lo spin off) si è concluso, adesso arrivano i guai della convivenza! Scherzi a parte, ci sono ancora aspetti da risolvere, processi da migliorare e da semplificare, bisogna velocizzare i tempi di risposta e soluzione dei problemi, snellire la filiera.

Preoccupazioni per il futuro? Moltissime. Temiamo l'appiattirsi di una professionalità costruita con il tempo e con la fatica. Temiamo l'assenza di un reale confronto con la mandante, una scarsa disponibilità – da parte della Compagnia – ad ascoltarci in quanto professionisti ed in quanto componente importante dell'Azienda.

Concludo con una nota sul mio ruolo di delegato regionale, denunciando con sconforto una scarsa partecipazione da parte dei Colleghi, che non attribuisco alla mancanza di fiducia in noi ma, come dicevo prima, nella disponibilità di Allianz a mettersi in discussione; ciò li porta a vedere la nostra attività in seno al Gruppo quasi come un mero esercizio oratorio e non come un costruttivo dialogo con la Compagnia.



TOSCANA

Ormai siamo solo numeri: l'appartenenza al Gruppo Agenti è fondamentale

Graziano Diodati

La necessità di un'evoluzione della figura professionale dell'agente, affinché possa restare su un mercato sempre più concorrenziale e complesso, è un discorso che coinvolge tutto il mercato distributivo assicurativo. Ho sessantuno anni e sin da quando lavoro come agente sono sempre stato iscritto ad un GAA. Ritengo non se ne possa fare a meno, in un mercato dove i colossi sono sempre più grandi e noi siamo sempre più solo numeri. Perché il digitale è di certo uno strumento utilissimo ed i quotatori anche, è tutto facile e veloce... però non contano più la tua storia assuntiva, la tua esperienza, il rapporto con il cliente. Sempre più filtri tecnici e sempre meno personalizzazione. D'altro canto, il

direttore generale Allianz ci ha detto chiaramente che la clientela vuole prodotti standard e non su misura. Insomma, la digitalizzazione è comoda, non se ne può fare a meno, però spersonalizza. I colleghi giovani si trovano senz'altro bene con queste modalità, ma mi chiedo se saranno un domani qualificati come chi opera ancora ad un livello più "umano". Sono anche convinto che alla digitalizzazione sia effettivamente connesso un rischio di disintermediazione. Sarò pessimista, ma secondo me tra cinquant'anni questo mestiere non esisterà più, se gli agenti non cambieranno il proprio modo di interpretare il proprio lavoro, specializzandosi sempre più verso quelle nicchie di mercato che richiedono ancora la polizza *tailor made* (ovvero su misura) e sfruttando sempre più a proprio favore le nuove strade aperte dai *social*.

Noi poi abbiamo vissuto questo momento particolare di spin off, e sul territorio i Colleghi mi evidenziano molti problemi, che poi sono anche i miei. Allianz ha potenzialità infinite, la piattaforma Digital di compagnia è all'avanguardia sotto tutti i punti di vista, ed il brand "Allianz" sicuramente crea

sicuramente appeal; la formazione è quanto di meglio si possa chiedere. Però, dopo due anni, abbiamo capito che il suo modo di assumere e selezionare il rischio spesso non coincide con le nostre attese. Per questo ritengo che se la Compagnia è legittimamente indirizzata a fare il business presso le aree più redditizie, noi Agenti abbiamo però il diritto-dovere di andare a fare affari negli spazi lasciati liberi (vedi Rc Professionali) dalla Compagnia. In questo dobbiamo ringraziare il nostro Gruppo, il cui lavoro ci permetterà di soddisfare pienamente le richieste della nostra clientela, con coperture competitive e su misura.



COMMISSIONE TECNICA RAMI ELEMENTARI

La forza degli agenti è saper rispondere alle reali esigenze del cliente



Di Susanna Falzoni

Dal punto di vista della Commissione Tecnica Rami Elementari, la questione digitalizzazione è fondamentale legata alla struttura dei prodotti studiati per la vendita on line.

Questa tipologia di polizze tende ad essere meno performante,

poiché il valore aggiunto che può dare un professionista è sempre strettamente connesso ad un prodotto tagliato su misura per il cliente, a fronte di una forte standardizzazione dei contratti con una connotazione prettamente digital. L'analisi del rischio effettuata dagli agenti è maggiormente dettagliata ed il cliente di solito non è in grado di comprendere le caratteristiche tecniche o le eventuali lacune di un prodotto.

La forza di una Commissione tecnica è proprio la capacità di analizzare la polizza.

La forza degli agenti, invece, è la capacità di indossare vesti diverse a seconda delle reali esigenze del cliente: capire, cioè, quando il cliente ha bisogno del prodotto digitale o di quello tailor made.

Non è facile, mi rendo conto. Siamo tanti, viviamo in un mondo che va celermente e che forse – anche se non bisogna generalizzare – è più semplice per i più giovani, che hanno maggiore dimestichezza con la tecnologia e l'utilizzo del web: i nativi digitali, insomma.

Spesso alla digitalizzazione si associa il timore della disintermediazione.

In realtà vedo più probabile non una scomparsa dell'intermediario, ma una modifica del suo ruolo, del suo modo di lavorare. Abbiamo di fronte una compagnia, Allianz, che ha un certo tipo di predisposizione, di conoscenza e di obiettivi; ma si tratta di una tendenza generalizzata del mercato attuale, che crea prodotti per la distribuzione on line ad alta redditività.

Lavorare con Allianz significa cercare di prevedere come la propria professione evolverà nel futuro. Il dubbio che a lungo termine la Compagnia progetti una rete di profilo completamente diverso, formata da "distributori", più che da intermediari professionisti, è inevitabile. Può essere possibile anche ipotizzare poche, grandi strutture ed alcune realtà specializzate nei settori più complessi, dove la professionalità conserverà il proprio valore. A volte ci sentiamo "stritolati": fascia intermedia di profilo tra i broker, che hanno rapporti diretti con le

compagnie e con i clienti più grossi, ed i canali distributivi che ci sottraggono i rischi più standard. Ma per un giovane che parta dall'inizio e che sappia interpretare correttamente il profilo da adottare per restare sul mercato, questo può essere ancora un lavoro appetibile e che presenta valori aggiunti rispetto ad altre attività.

Per quanto concerne i rapporti tra Commissione e Compagnia, gli ultimi due anni e mezzo sono stati dedicati al travaso del portafoglio, con tutte le difficoltà connesse. Talora è stato necessario essere molto incisivi e fermi sulle nostre posizioni; ma Allianz ha compreso l'importanza di ascoltare sia la Commissione Tecnica sia l'area politica ed in definitiva possiamo considerare soddisfacente quanto svolto finora, sapendo però che è stato propedeutico al lavoro che inizia ora. Stiamo infatti cominciando a metter mano a prodotti nuovi, di profilo importante, rispetto ai quali stiamo tenendo numerosi incontri.

E si prospettano difficoltà di mantenimento del portafoglio per quanto riguarda la Rc Professionale; sotto questo aspetto le nostre richieste non sono state accolte.

Più in generale, la Compagnia recepisce le nostre proposte solo quando coincidono con i suoi obiettivi e la sua strategia. Ma è proprio qui che interviene il Gruppo Agenti, con le commissioni laiche che individuano soluzioni utili – ad esempio l'accordo con U.I.A. – per continuare a fidelizzare i nostri clienti e preservare la redditività delle agenzie.

Il compito della Commissione è confrontarsi costantemente con la Compagnia, e non sempre è facile.

Però abbiamo creato un bel gruppo di lavoro, attivo, in cui ci si scambia molto e si interagisce. È un grande valore aggiunto.

