



By: [Stephen Gray](#) - All Rights

Reserved

Per uscire dalla crisi che ha portato nel 2011 la raccolta dei premi assicurativi a ridursi del 12,5% e a valere 110 miliardi di euro (dati Isvap), il mondo delle assicurazioni punta soprattutto su due strade. La prima è la riorganizzazione delle reti delle agenzie per rendere più efficiente il sistema e tagliare i costi. La seconda è l'innovazione, con investimenti in infrastrutture It e nei sistemi informatici per rendere più competitive le compagnie. Se oggi l'agenzia fa ancora la parte del leone nella raccolta premi nel ramo danni (rc auto, danni ad altri beni), in futuro le strategie messe in atto dalle compagnie di assicurazione sembrano volte a ridimensionarne il ruolo e rafforzare altri canali: «Le principali compagnie già dispongono di un canale di e-commerce e stanno crescendo per importanza sia le vendite via Internet che telefoniche anche se incontrano ancora un po' di diffidenza da parte dei potenziali clienti, soprattutto dei meno evoluti informaticamente, — racconta Vittorio Verdone direttore distribuzione di Ania, l'associazione delle società assicurative — Come nel resto d'Europa poi, il canale bancario e postale è forte sui rami vita, ma non ancora sviluppato sui rami danni, nonostante le indubbe potenzialità ». Nel 2011 la raccolta premi via Internet e call center è salita ancora, (quasi +1%), arrivando a valere oggi il 7% dell'intera raccolta. Continua invece a calare il giro d'affari delle agenzie nel ramo danni, passando dall'82,4 di raccolta del 2010 all'81,8% (se si considera l'apporto dei broker, spiega l'Ania, il canale agenziale scende a circa il 60%). Il maggiore business per gli agenti resta concentrato soprattutto sul settore auto. Più scarso il peso (il 16,4%) nel ramo vita (fondi pensione, di investimento), perché lì gli sportelli bancari la fanno da padrone (54% della raccolta). Seguiti dai promotori finanziari (18,4%). Anche qui cresce la vendita via Internet e telefono (9,5%). La riorganizzazione della rete distributiva ha portato alla chiusura numerose agenzie, in parte per accorpamento. «Fondiarria Sai ne ha cancellato un centinaio — spiega il coordinatore nazionale della Fisac Cgil Salvatore Efficie — Centinaia di dipendenti sono usciti da Inassitalia (gruppo Generali). In tre anni contiamo di essere persi 3mila posti di lavoro e i contratti dei dipendenti di agenzia non vengono rinnovati da 4». Per Fisac gli agenti hanno perso potere: «Il decreto sulle liberalizzazioni Monti, nella sua prima versione, poteva cambiare le cose — afferma Efficie — La figura del plurimandatario che vende polizze di più compagnie poteva creare più concorrenza e dare loro più potere commerciale togliendone alle sei compagnie che controllano il mercato». Contraria all'imposizione del plurimandatario, Unapass, sindacato delle agenzie socio di Confindustria, che nega il calo dei dipendenti ed è convinto che le misure antifrode (contrassegno elettronico, scatola nera, nessun rimborso per le micro invalidità) porteranno vantaggi: «Se le compagnie le applicheranno si recupereranno risorse per abbassare i premi assicurativi e investire in risorse umane. Questa la strada per uscire dalla crisi». Invece oggi spiega Congiu, il numero delle agenzie cala e le compagnie tendono a ridurre i propri addetti alle pratiche di liquidazione: «Se a nord c'è un addetto ogni 500 pratiche, in alcune aree in Campania è uno ogni 2mila e controllare la frode diventa impossibile». Per Unapass il ruolo dell'agente resta poi centrale: «In un momento di ripresa economica sarà la clientela a preferirlo ad altri canali». Fondamentale il ruolo dell'agente anche secondo Andrea Rossi, amministratore delegato di Axa Assicurazioni: «L'Italia dal punto di vista assicurativo è come un paese emergente: siamo sottoassicurati in diversi settori. Lo sono le piccole e medie imprese, e solo il 26% degli italiani oggi stipula una polizza per proteggere la casa da eventuali danni ». Ci sono spazi di crescita. «E chi meglio dell'agente, sempre più preparato, che presidia il territorio, può incoraggiare gli italiani a proteggere di più i propri beni? — conclude l'ad — Axa Assicurazioni sta potenziando il canale agenziale e investendo circa 10 milioni all'anno in nuove tecnologie per modernizzare le agenzie attraverso programmi di back office e sistemi informatici in grado di rendere più veloci i tempi di risposta al cliente». Nel 2011 la raccolta premi via Internet e call center è salita ancora, (quasi +1%), arrivando a valere oggi il 7% dell'intera raccolta.