

Cari Amici,

il mutamento economico sociale è una di quelle verità ovvie e irrinunciabili che tutti noi dovremmo tenere in considerazione nel nostro quotidiano agire.

Introduzione

Anche la realtà assicurativa non è estranea, né tanto meno immune, agli eventi che nell'ultimo ventennio hanno ridisegnato il quadro dell'economia globale.

Per il nostro settore, infatti, si stanno aprendo scenari straordinari: la sola comprensione però, e non la mera accettazione, del cambiamento, e delle sfaccettature normative di cui esso è investito costituiranno il prodromo necessario a riconfermare centralità alla distribuzione tradizionale.

Il binomio mondializzazione – vulnerabilità dei mercati sottende poi una necessaria presa di coscienza del ruolo che l'intermediario, professionista in assicurazione, dovrà necessariamente rivestire per continuare a proporsi efficacemente come interlocutore diretto del bisogno di sicurezza della collettività.

*Mondializzazione
e vulnerabilità dei
mercati*

Ritengo doveroso soffermarmi da subito illustrando il valore delle attività da noi intraprese per fronteggiare le odierne vulnerabilità e sulle relazioni fra i mutamenti occorsi e quelli in essere per meglio tratteggiare l'impatto del cambiamento sulla nostra professione.

Isolare le peculiarità proprie di ogni processo che interviene modellando lo scenario in cui siamo chiamati a operare, valutarne l'impatto presente e futuro, codificarne le variabili, quindi elaborare e indicare gli strumenti necessari a gestire il cambiamento è una nostra prerogativa.

Le attività scientifiche, di studio e di analisi svolte da UEA sono infatti protese a offrire ai soci, al settore e al mercato strumenti

*UEA, le attività e
il mercato*

utili per leggere in chiave anticipatoria e, ovviamente, reddituale ogni trasformazione che investe l'universo assicurativo.

Sappiamo bene quanto sia difficile governare una società complessa come la nostra, né ci arroghiamo il diritto di impartire lezioni, al contrario, ci sentiamo legittimati, almeno per tradizione, a perseverare nella promozione di quella dialettica continua e costruttiva tra tutte le parti sociali.

*I valori enunciati
dai padri fondatori*

Salvaguardiamo anche da manovre di destabilizzazione interna quei principi e quei valori condivisi, enunciati dai nostri padri fondatori e custoditi nel codice morale.

E' nostro dovere infatti tutelarne portata e integrità anche assumendo decisioni sofferte e dolorose, che possono creare malcontento fra coloro che prepongono interessi meramente personali al bene massimo della nostra associazione: "Unione Europea Assicuratori".

Nel corso di quest'anno, intenso e ricco di avvenimenti, abbiamo dato forte impulso al confronto con l'opinione pubblica.

*Relazioni
istituzionali*

Sempre aperti al componimento dottrinale, abbiamo instaurato relazioni propositive e permanenti con tutte le istituzioni nazionali e internazionali di riferimento: il governo, le authorities di settore, le associazioni di categoria, le compagnie di assicurazione, i sindacati, i gruppi agenti, il Bipar, gli atenei, le camere di commercio e, naturalmente, i consumatori.

Sui rilevanti temi delle grandi riforme, che stanno investendo il paese, continuiamo a confrontarci costruttivamente offrendo le nostre riflessioni, partecipando alle attività di studio e realizzando eventi sul territorio.

Proseguiamo, non senza difficoltà, ma con convinzione nella promozione di un dialogo costruttivo, capace di anteporre l'economia della conoscenza al cambiamento che sta investendo il mercato assicurativo.

L'Europa si allarga, la competizione si fa sempre più pressante e le aspettative ai bisogni sono in continua evoluzione : questi i fattori che ci hanno indotto a ritenere ineludibile l'adozione e la realizzazione di progetti scientifici e di studio di respiro internazionale.

*L'Europa: uno
sprone*

Deciso sostegno dovrà essere rivolto alla promozione di nuovi canali di scambio, non solo con l'Italia, ma anche con l'Europa intera, in modo da ampliare le opportunità di crescita generando nuove, straordinarie conoscenze.

Superare ogni apparente concezione lobbistica di cui le istituzioni anglosassoni hanno di recente provato a farsi portavoce, antepoendo gli interessi delle grosse realtà del brokeraggio a quello dell'intermediario tout court, legittima per il prossimo futuro un'azione volta a rinvigorire le relazioni tra le associazioni, i sindacati, e altre organizzazioni internazionali, per allargare quel processo di integrazione che non può ignorare l'identità comune cui tutti noi apparteniamo.

Senza addentrarsi nel novero delle attività intraprese da più di un trentennio sul fronte nazionale e internazionale vorrei soffermarmi dapprima sul più importante processo di integrazione europea che ci ha visti fortemente impegnati e interpreti delle strettissime interrelazioni intercorrenti tra i diversi scenari.

*L'Integrazione
europea*

Sia solo detto, a titolo di esempio, dell'attenzione riservata alle assicurazioni nel loro contesto, alla recente direttiva europea del 2004 in materia di accesso ai beni e ai servizi, all'indennizzo diretto, al ruolo del PIL assicurativo, eletto a indicatore principe della modernità di un paese, alle riforme del risparmio e della previdenza, alla mai sopita diatriba intorno alla stabilità e alla vigilanza del settore, ai nuovi principi internazionali, gli Ias, volti a unificare i linguaggi contabili utilizzati dai vari paesi, alla distribuzione assicurativa in Europa e alla percezione che i diversi paesi hanno dell'istituto assicurativo.

*La Direttiva
2002/92/CE*

La stessa direttiva 2002/92/CE sull'intermediazione assicurativa, che doveva essere recepita negli ordinamenti degli Stati membri entro il 15 gennaio 2005, ha sollecitato la nostra attenzione fin dal tempo della sua embrionale formulazione riprendendo in toto lo spirito della disattesa raccomandazione comunitaria del 18 dicembre 1991 n. 92/48/Cee.

Il legislatore comunitario, il cui agire ci interessa molto da vicino, ha reso un importante contributo al completamento del mercato unico ponendo in essere numerosi provvedimenti concernenti l'integrazione del mercato europeo delle assicurazioni, che promuovono ad un tempo l'estensione legislativa e il rafforzamento della regolamentazione prudenziale.

Ora è compito dei singoli ordinamenti allinearsi al disegno comunitario, partecipando al più difficile processo di avvicinamento delle rispettive legislazioni nazionali.

Solo successivamente, merita rilevarlo, anche della contrattazione privata che dovrà tradurre in pratica il dogma comunitario: si riattualizza così la cogenza di un buon funzionamento del rapporto di parternariato impresa-intermediario.

Lo stato dell'arte

Guardando all'Europa, contrariamente ai pronostici, abbiamo solo 8 dei paesi di cui siamo espressione, in regola con il recepimento della direttiva, intervenuto in ossequio al termine del 15 gennaio 2005: Austria, Repubblica Ceca, Irlanda, Estonia, Danimarca, Ungheria, Lituania e UK.

Grandi realtà come Germania, Francia e Spagna, contrariamente alle attese, sono invece ancora al palo, a rischio procedura di infrazione.

Nel nostro paese, la normativa di recepimento è stata inserita nel "Codice delle assicurazioni private" predisposto dal Governo in forza di una apposita legge di delega che, reiterata nei termini, scadrà il prossimo 9 settembre 2005.

Una proroga a tale termine potrebbe innescare l'avvio della procedura di infrazione.

Si tratta di una fondamentale iniziativa di bonifica delle numerose norme stratificatesi nel settore che, oltre ad agevolare l'attività degli addetti ai lavori, favorirà la competitività dell'industria assicurativa nel suo insieme e una migliore tutela degli assicurati.

Abbiamo espresso, come accennato precedentemente, in tempi non sospetti, sul testo originario e successive formulazioni, numerose osservazioni e proposte che hanno formato oggetto di analisi e confronto anche nelle sedi istituzionali preposte a livello nazionale e internazionale per meglio comprendere limiti e responsabilità, anche dirette, conseguenti a una trasposizione non sempre coerente.

L'iter legislativo intrapreso e le discrasie rilevate nell'opera di trasposizione in seno all'ordinamento hanno così formato l'oggetto di una fitta corrispondenza interlocutoria intercorsa con la Commissione UE.

*La Commissione
UE*

Entrando nel dettaglio delle discrasie rilevate nell'opera di trasposizione, e ritenute meritevoli di discussione in sede comunitaria, vorrei ricordare, a campione, la distonia tra la standardizzazione, la pluriennalità dei rami elementari e la previsione di una consulenza preventiva resa dal l'intermediario e fondata sui bisogni espressi dal consumatore cliente .

La conseguente nostra proposta di escludere, quanto meno dal novero della standardizzazione e dall'intermediazione non professionale, i prodotti pluriennali e quelli ad alto valore consulenziale.

Un ulteriore motivo di riflessione congiunta, è stata l'efficacia territoriale della polizza rc professionale e la necessità, discutibile, che sia estesa su tutto il territorio dell'UE, anche nei confronti di coloro che non possono operare al di fuori del territorio assegnatogli in forza di un contratto di mandato.

Considerata l'importanza della materia, anche alla luce dei successivi interventi Isvap, abbiamo intrapreso iniziative di analisi e confronto, anche in sede accademica.

*Lo studio sul
riassetto
normativo della
materia
assicurativa*

Vorrei ricordare, senza seguire una logica temporale, la straordinaria giornata di studio sul RIASSETTO NORMATIVO DELLA MATERIA ASSICURATIVA realizzata in collaborazione con l'Università Parthenope di Napoli, confermatasi utile a chiarire problematiche di complessa natura interpretativa.

Un tavolo di approfondimento fortemente voluto dall'Unione Europea Assicuratori che ha riunito in quel contesto il gotha degli esperti.

Insieme al Ministero delle attività Produttive, all'Isvap, all'Ania e al Corpo Accademico, che annoverava tra l'altro la presenza del Prof. Michele Siri, padre putativo del promulgando codice, abbiamo contribuito a offrire una chiara lettura del cambiamento che sta investendo l'intero settore assicurativo.

Meritevole di menzione è poi quanto emerso per voce dello stesso Ministero delle attività Produttive circa il ruolo centrale dell'intermediario in assicurazione tradizionale quale trait d'union tra impresa, consumatore e bisogno assicurativo, riconoscendoci quale capace interfaccia del settore.

*La cultura della
sperimentazione*

La cultura della sperimentazione, della ricerca e dell'investimento si è confermata premessa necessaria a dare impulso a numerose altre attività, rivelatesi meritevoli nel rispondere professionalmente a una crescente competizione, come ad alimentare quelle già intraprese.

Vorrei, a titolo di esempio, ricordare l'importante attività di ricerca condotta dalla nostra Commissione Tecnico Scientifica, costituita per contribuire fattivamente allo studio di tipologie e contrattuali, con particolare riferimento alla disamina delle problematiche emerse e rilevate nei contratti di assicurazione in

materia di responsabilità civile professionale dei medici, ovvero degli amministratori, spesso costretti a rivolgersi a importanti canali di brokeraggio per trovare risposta ai rispettivi bisogni assicurativi.

Iniziativa volta a rimodellare il processo attraverso il quale le polizze e le clausole assicurative vengono ad oggi formulate aumentando così trasparenza e leggibilità degli stessi contratti.

Queste le leve vincenti su cui edificare la difesa della competitività delle nostre imprese agenzie.

Proprio perseguendo l'intento di una sapiente patrimonializzazione dei cambiamenti portati dalla *creative class*, è stato realizzato il ciclo di convegni "IL RISPARMIO TRADITO" vertente sul tema della tutela del risparmio e della riforma delle Authorities che enfatizzava la funzione sociale dell'agente di assicurazione.

*Patrimonializzare
i cambiamenti
portati dalla
creative class*

E' emerso, infatti, a chiare lettere come quest'ultimo possa contribuire in modo decisivo al superamento del paradosso della sicurezza, assolvendo a una funzione formativa del consumatore cliente che, prima ancora del rendimento, oggi cerca sicurezza.

Sempre sotto l'egida della massima valorizzazione del rapporto intercorrente con il cliente si delinea l'opera seminariale, perseguita insieme all'Ania e al Consorzio d'Indennizzo Diretto, in un giro d'Italia il cui debutto occorre in occasione della terza edizione di Assicur@expo: NUOVE PROSPETTIVE DELL'INDENNIZZO DIRETTO VERSO IL RECUPERO DELL'EFFICIENZA NEL RAPPORTO CON IL CLIENTE.

Da Milano siamo quindi ripartiti proseguendo nella logica di un maggiore e continuo approfondimento con "L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO NELL'ASSICURAZIONE AUTO: LA NUOVA CID E LA PROCEDURA PER LA CONCILIAZIONE DELLE CONTROVERSIE".

Attraverso la Cid, Convenzione di Indennizzo Diretto, si stabilisce infatti un legame che riflette il più importante processo

*Customer loyalty:
il processo di
fidelizzazione*

di *customer loyalty* di cui l'intermediario deve essere domino per valorizzare il legame concreto e diretto, intercorrente tra il servizio prestato e l'impresa assicuratrice.

Confidiamo nell'aver individuato la chiave di lettura delle dinamiche di sviluppo territoriale e di ripartizione del rischio che tenesse in considerazione variabili non solo economiche, ma anche, sociali e culturali.

Riteniamo che gli strumenti primari necessari alla conservazione di un trend di crescita positivo siano: investire nell'innovazione, elaborare e rafforzare l'identità, attrarre competenze e conoscenze.

*UEA interlocutore
del mercato*

Ecco perchè UEA si pone come tenace interlocutore del mercato, perseverando in un'azione volta a promuovere una moderna cultura manageriale, nuove competenze e una crescente professionalità.

L'importante convegno in programma per domani, "LA VALORIZZAZIONE DELL'IMMAGINE DELL'AGENTE DI ASSICURAZIONE - FATTORE STRATEGICO DI SUCCESSO" saprà già offrirci uno spaccato del ruolo che la comunicazione mediatica riveste nello scenario internazionale, per risalire, attraverso un raffronto con i diversi filoni culturali, alla percezione del mondo assicurativo maturata nei diversi paesi d'Europa.

L'architettura di un ruolo progettuale e di partnership tra agente e compagnia sarà invece il leit motive della successiva tavola rotonda.

Non dimentichiamo l'importante ruolo che rivestiamo. Siamo infatti veri e propri imprenditori, investendo del nostro e sostenendo un rischio di impresa oltre che manager di un sistema di business a elevata complessità gestendo direttamente le risorse di agenzia e raccordandoci con gli obiettivi e le strategie della compagnia.

Il possesso e la divulgazione di quelle peculiarità proprie del professionista in assicurazione, meglio delineate dalle rispettive catene di valore, rappresentano una delle numerose *mission* di UEA.

Gli scenari attuali impongono una doverosa riflessione ai professionisti per rivedere di continuo tattiche, strategie, ritoccare tecniche e discipline.

Essere la cerniera tra la domanda di crescita professionale del mondo del lavoro e le competenze più qualificate: non è però sempre cosa agevole, questa dovrà essere la nostra nuova frontiera.

*UEA cerniera tra
domanda di
crescita
professionale del
mondo del lavoro
e le competenze
più qualificate*

I pilastri sui quali deve poggiare l'innovazione sono rappresentati dall'adozione di processi organizzativi di qualità totale con focalizzazione su risorse umane, dall'informatizzazione spinta e dall'internazionalizzazione, che deve divenire una condizione mentale.

Spontaneo è il richiamo al processo di consolidamento dei rapporti con i centri del sapere e gli Istituti di ricerca confermatasi prodromici alla realizzazione, come pure al sostegno, di iniziative di valore.

L'attenzione riposta sulla professionalità assicurativa ha legittimato la progettazione con IRSA di percorsi capaci di valorizzare l'offerta assicurativa.

Per realizzare questo obiettivo abbiamo definito standard professionali, riconosciuti e condivisi dai protagonisti del mercato, e promosso la certificazione delle competenze degli intermediari che devono essere sempre riconoscibili dai clienti.

La certificazione delle competenze rappresenta un caposaldo: certificarle significa, infatti, non solo allinearsi alle nuove disposizioni legislative, ma, soprattutto, rendere consapevoli i clienti della qualità professionale offerta.

*Certificare le
competenze
professionali*

UEA - CINEAS |

Insieme al Cineas, Consorzio Universitario per l'Ingegneria nelle Assicurazioni, abbiamo invece realizzato l'importante Master di Management per Agenti di Assicurazione.

Un'esperienza rimarcabile e fortemente voluta per offrire gli strumenti necessari a maturare quelle abilità indispensabili a una gestione manageriale dell'Impresa Agenzia.

Abbiamo partecipato alla successiva realizzazione dell'opera editoriale "L'Agente di Assicurazioni", che raccoglie i contributi dei docenti del più importante corso in Management per agenti assicurativi e che annovera diversi soci UEA.

Un vero e proprio vademecum il libro che è stato presentato n el corso dei due successivi convegni organizzati con il CINEAS dal titolo "L'AGENTE IMPRENDITORE".

Perseverando sul fronte formazione vorrei poi ricordare il progressivo consolidarsi dei legami instaurati negli anni con le Università, con le Camere di Commercio e naturalmente con i nostri partner.

Partners UEA |

La cementificazione dei nostri rapporti con realtà del calibro del Comitato Italiano dell'Assicurazione di Tutela Giudiziaria, di IRSA, Datamat e Finextra, hanno trasfuso quell'idea di coralità e di sinergia confermatasi vincente per un approccio alla professione fondato sulla qualità e la fidelizzazione del cliente.

Delle numerose attività intraprese, vorrei ricordare l'attenzione dedicata alla tutela giudiziaria, la progettazione e la sperimentazione dello Standard Uea per la certificazione di qualità delle agenzie di assicurazione, e la progressiva strutturazione dell'agenzia WEB.

Attività, tutte, volte a supportare le agenzie UEA nel miglioramento dell'efficienza organizzativa, della redditività e del servizio al cliente.

Aspetti, quelli accennati che nel pomeriggio verranno ancor meglio rappresentati, per mano dei nostri stessi partner.

Il partenariato con le Camere di Commercio e l'operato di alcuni Delegati Distrettuali ha poi reso possibile la realizzazione sul territorio di numerosi convegni di stringente attualità, anche in materia di riforma previdenziale e del lavoro.

Il circuito di qualità delle Camere di Commercio

Il rapporto con le Camere di Commercio richiama poi la mia attenzione sulla più recente iniziativa intrapresa a Udine nella realizzazione del corso "TECNICHE DI COUNSELLING PER LA PROMOZIONE ASSICURATIVA E PREVIDENZIALE", finanziato dal fondo sociale europeo dove siamo intervenuti con il nostro corpo docente.

Oggi è indispensabile saper commerciare culturalmente. La mondializzazione, spinta dal contatto sempre più stretto con altre culture, apre nuovi scenari dai tratti sempre più competitivi.

L'internazionalizzazione e il peso dei sistemi culturali stanno già aprendo il varco a nuove sfide. Una su tutte sarà il governo della transizione dalla società multirazziale a quella multiculturale.

L'internazionalizzazione e la differenziazione culturale

Perseverando lungo la rotta della differenziazione culturale, con il vento al giardinetto e il consueto affiatamento, possiamo, ma soprattutto dobbiamo proporci, solcando mari anche impetuosi, come punto di riferimento autorevole in un mercato sempre più aperto al confronto concorrenziale.

L'attuale modello di business ha ancora grosse potenzialità ma saranno necessarie cure radicali per rispondere alle nuove esigenze del consumerismo.

Senza ombra di dubbio alcuno siamo entrati in una fase di selezione competitiva della distribuzione. Dobbiamo per tanto gestire in modo vincente sfide di rilievo strategico: quella della credibilità verso il mercato, quella della gestione di una crescente complessità organizzativa e quella dei margini di redditività.

Il nostro osservatorio ha registrato nell'ultimo decennio un abbattimento di circa il 28% delle aliquote provvigionali e il rischio del consolidarsi di un trend ribassista, anche alla luce delle più recenti riforme di settore e delle politiche shortermiste proprie della grande distribuzione.

A riprova di quanto appena asserito parlano i fatti che hanno preso le mosse da un crescente trasferimento di incombenze alle agenzie per giungere, oggi, a quelle che saranno le ricadute conseguenti alle nuove norme che regolano l'intermediazione assicurativa.

Le motivazioni che presiedono l'odierna crisi possono essere riassunte nel profondo disequilibrio intercorrente tra i costi di gestione delle nostre imprese Agenzie, l'esigenza continua di investimenti e la scarsa remunerazione della rete agenziale, inversamente proporzionale a quella dell'alto management direzionale delle imprese.

Merita ora soffermarsi sulla crescita esponenziale dei costi base, rappresentati dalle provvigioni retrocesse, destinate a remunerare l'attività delle nostre reti commerciali, del personale dipendente, delle spese generali, il cui accrescimento ha generato un allarmante squilibrio nel rapporto costi-ricavi.

Voci di costo oltremodo aggravate dalle riduzioni potestative delle provvigioni, dal trasferimento di nuovi carichi amministrativi, dalle politiche assuntive e dalla crescente complessità nell'elaborazione delle polizze.

Non posso poi sottacere gli ulteriori futuri oneri rappresentati dal tempo necessario ad adempiere ai vastissimi obblighi di informativa precontrattuale, alle specifiche procedure per l'acquisizione del "consenso informato" del cliente, la sua documentazione e relativa archiviazione e conservazione in ossequio alla legge sulla privacy.

Restando sempre nel campo strettamente economico, c'è da considerare che per poter validamente fronteggiare il mercato

occorre un'organizzazione agenziale in grado di garantire una buona qualità di servizio attraverso una perfetta funzionalità della struttura, sia per quanto attiene ai mezzi che alle risorse umane, possibile soltanto se i volumi degli affari trattati consentono adeguate economie di scala.

Da non sottovalutare poi i riflessi della riforma previdenziale e del risparmio che, tra l'altro, hanno aperto il valzer delle poltrone e rimesso in discussione ruoli e funzioni delle Authorities di settore.

Nel più rigoroso settore delle assicurazioni è infatti ormai all'ordine del giorno parlare di *takeover* e nel mirino non ci sono più solo gli assetti di controllo ma anche il top management.

*Il fenomeno delle
scalate ostili
per il controllo
societario*

A suscitare un così brusco risveglio del mercato : la lievitazione della torta previdenziale.

Le nuove regole, tuttavia, sottendono per la rete tradizionale adempimenti sempre più complessi che sottrarranno tempo all'attività produttiva se non adeguatamente ripartiti e monetizzati, contribuendo alla crescita dei costi accennati e degli oneri già a nostro carico.

Non mi stanco di ripetere come il consolidato deterioramento dei margini abbia inferto un duro colpo alle risicate economie delle nostre imprese agenzie, ancor più se valutate alla luce degli indubbi riflessi riscontrati nella gestione del personale di agenzia e nella conseguente implementazione delle risorse umane.

*Il deterioramento
dei margini
agenziali e nuovi
adempimenti e
opportunità*

Merita ricordare che le sole realtà agenziali occupano una forza lavoro di quasi centomila unità tra subagenti, produttori e impiegati. Un dato da non sottovalutare ma da ribadire con forza e orgoglio.

A margine non vorrei poi dimenticare l'importanza che potrebbe rivestire per il nostro comparto la riforma del TFR.

Il rischio di essere estromessi da un gioco del valore stimato di 14 miliardi di euro per squisite velleità politiche, oltre a ingenerare ulteriore incertezza nel lavoratore risparmiatore, andrebbe a detrimento dello stesso principio di concorrenza e del più autorevole ruolo del professionista in assicurazione nella gestione del risparmio previdenziale.

Lo spunto per queste brevi riflessioni scaturisce dall'attenzione riservata alla riforma previdenziale e agli intrecci normativi che hanno legato in maniera indissolubile il disegno di legge sulla tutela del risparmio alla lettera dei decreti attuativi, interessando gli stessi poteri di controllo.

*Le Authorities di
controllo
e la riforma
previdenziale*

Il braccio di ferro tra le opposte correnti di pensiero che vogliono alternativamente conservare il controllo dell'Isvap sui prodotti previdenziali individuali ovvero escluderlo, per ravvisare nella Covip l'unica autorità competente a vigilare sull'intero impianto della previdenza complementare, decreterà i margini della libertà di scelta del lavoratore interessando l'esclusione o meno delle polizze dal novero degli strumenti legittimati a raccogliere il TFR.

A corrodere ulteriormente gli equilibri intercorrenti tra le diverse autorità che si contendono il controllo sul settore previdenziale, merita poi ricordare la perdita di potestà sulle polizze vita. Tutta la trasparenza del comparto è passata infatti sotto l'ala della Consob.

Un'incertezza, quella generatasi sul fronte Authority che non aiuta certo l'investitore a scegliere con tranquillità i prodotti previdenziali o forme di previdenza aggiuntiva, né l'intermediario professionista che viene di tal fatta penalizzato a monte dalla possibile esclusione dalla riforma del tfr dei piani individuali pensionistici.

Non dobbiamo infatti dimenticare che il nostro ordinamento, peraltro in linea con il pensiero del legislatore comunitario, da sempre adotta in materia di vigilanza un criterio per settori e non un criterio per funzioni.

La stessa attenzione riservata da UEA alla conservazione e delle Autorithies di settore avalla quel criterio, peraltro richiamato a più riprese nelle iniziative principiate a tutela della conservazione dell'Isvap e della Covip, che vuole, per il comparto dei fondi pensioni e per quello assicurativo, la conservazione delle rispettive Authorities, vale a dire, un'unicità di controlli in ragione della tipicità e della separatezza delle rispettive attività.

Questo il fondamento delle iniziative promosse che hanno trovato il loro coronamento nella LETTERA APERTA AL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA, AL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO e nel plauso della successiva PETIZIONE promossa per la conservazione dell'Isvap e l'apertura di un canale privilegiato di comunicazione biunivoca tra Autorità e Intermediario professionista.

Una rosa di problematiche, quelle accennate, che non devono e non vogliono però esaurirsi in una sterile polemica, rappresentando al contrario motivo di riflessione intorno ad aspetti tra loro vicini e correlati: la successione generazionale, il passaggio all'annualità, l'internazionalizzazione del mercato e l'accennato ruolo delle authorities di settore.

Note non certamente confortanti, che preludono a una gestione evoluta del cambiamento e a una necessaria e corretta percezione della realtà che non può e non vuole consumarsi nel mercato interno ma nella metabolizzazione delle dinamiche che muovono l'intero scenario internazionale.

La stessa concentrazione nelle mani di pochi gruppi assicurativi dell'intero mercato vita e danni dovrebbe far pensare come il tanto osannato fenomeno dell' m&a, *merger and acquisition*, ormai invalso nella pratica, abbia realmente ingenerato, nel panorama Italia, un fenomeno distorsivo della concorrenza riflettendosi inesorabilmente sulla stessa distribuzione tradizionale.

Il valzer delle fusioni

L'allineamento alle aliquote provvigionali più ridotte adottate a seconda del caso, dalla compagnia incorporata per fusione o per acquisizione, ovvero dell'incorporante, sovente rappresenta l'escamotage cui le imprese ricorrono per meglio diluire i costi e rinvigorire i bilanci.

Altro aspetto da non sottovalutare sono gli effetti della faticosa integrazione sotto un unico marchio di diverse compagnie preesistenti. Fenomeno che, traslato alle realtà agenziali, può rilevarsi oltremodo antipatico interrompendo quella catena del valore relazionale costruita nel tempo con la clientela.

*La forza
commerciale del
marchio sta prima
di tutto nella
credibilità*

E' infatti cosa nota che il marchio di cui l'intermediario è espressione rappresenta la sua bandiera e decreta il livello di "prossimità" tra servizio reso, il cliente consumatore e la percezione del valore del marchio.

Non vendiamo un prodotto, trasferiamo un'esperienza capace di corroborare di valore il marchio di cui siamo espressione.

In un'epoca di crescente omogeneizzazione dei prodotti, la qualità del servizio è una delle fonti più promettenti di differenziazione e distinzione. Offrire un buon servizio è l'essenza di un orientamento propositivo al cliente.

Victor Borge

Oggi il solo indicatore di cui possiamo realmente fidarci è l'indice di sorriso dei nostri clienti. Si ricordi che "un sorriso è la distanza più breve tra due persone" (Victor Borge).

Il Cliente è Re

La particolare attenzione rivolta allo sviluppo di politiche comunicazionali protese a valorizzare la relazione con il cliente è confluita nella consolidata iniziativa promossa di concerto con Assicura "IL CLIENTE È RE", premio marketing per agenti di assicurazioni, che annovera tra i premiati diversi soci UEA.

*Ethic Insurance
Award*

Vorrei poi ricordare il più recente "*Ethic Insurance Award*"; il premio assegnato congiuntamente da UEA e ASSICUR@EXPO, è un'onorificenza rivolta soprattutto a chi, anche da dietro le quinte, tenendo ben salde le redini del mondo esterno, continua a

offrire il proprio immancabile contributo etico e professionale a una più matura percezione dell'universo assicurativo rafforzando, in tal modo, quel legame oggi caratterizzato da una profonda componente sociale.

Vero è che occorre innovare per competere e rimanere al passo in un mercato sempre più complesso e in costante evoluzione e anche sovranazionale, ma altrettanto vero è che ogni cambiamento comporta una riorganizzazione rapida ed efficiente dei suoi principali attori.

*Innovazione,
cambiamento e
riorganizzazione*

Alle motivazioni originariamente addotte a sostegno del processo di internazionalizzazione, oggi se ne sono aggiunte altrettante di origine più squisitamente pratica e meglio rappresentate dalla polverizzazione del rischio su scala mondiale, dalla ricerca di nuove opportunità in mercati meno maturi e più attraenti, dalla globalizzazione del mercato dei consumatori e dall'ampliamento dei bisogni assicurativi.

Le società italiane non sono di certo esempi di grande respiro nell'Europa delle assicurazioni, con evidenti ripercussioni sull'eventualità che possa concretizzarsi il disegno comunitario di estendere l'esercizio dell'attività dell'intermediario professionista fuori dal territorio di riferimento.

Il rischio più prossimo è che il sistema italiano possa trasformarsi nel tempo a venire in una rete di vendita e di prodotti preconfezionati all'estero.

Le nostre Compagnie, tuttavia, oggi stanno intraprendendo una radicale e innovativa azione di *restyling* all'interno delle proprie attività aziendali intervenendo massicciamente nei differenti settori, in particolare nelle politiche comunicazionali, allineandosi, almeno nelle intenzioni, alle migliori tradizioni europee.

Spontaneo sarebbe allora guardare al rinnovato indirizzo *client oriented*, conferito dalle Compagnie alle proprie attività commerciali, come pure alla riemersione del ruolo centrale

*Orientamento al
cliente*

assolto dalla rete distributiva tradizionale. Ma riconfigurerebbe gli estremi del falso ideologico legittimare nell'immaginario collettivo una ragionata rivalutazione della rete tradizionale per volere delle stesse compagnie.

Muovendo dal panorama Italia, nell'ultimo decennio, il sistema di distribuzione dei prodotti assicurativi è divenuto più articolato, grazie allo sviluppo di nuovi canali e, soprattutto, di quello bancario e postale. La crescita del mercato quindi ne ha ricevuto un forte impulso, anche perché hanno continuato a progredire, sia pur in misura minore, tutti i canali, compresi gli agenti, che hanno sempre detenuto la quota maggiore di affari.

L'ingresso di nuovi operatori, accompagnato dal mutamento continuo delle strategie commerciali, ha solo apparentemente modificato l'assetto preesistente. Non è un caso infatti che, in paesi connotati da una cultura alpino continentale, a detenere il primato continui ad essere la rete tradizionale.

Abbiamo visto, grazie anche all'importante iniziativa dei Viaggi di Studio, rivitalizzati sull'onda di *European Intermediary*, che ci vedrà impegnati il prossimo ottobre in Irlanda, come in Germania, Spagna e Polonia la crescita di nuovi canali non abbia scalzato il primato dell'intermediario tradizionale: lo stesso si può dire per l'Italia.

E' stata rilanciata, con la realizzazione dei viaggi studio, un'esperienza di straordinario valore culturale ed etico che rappresenta un modo vero, concreto, partecipato di avvicinare l'Europa delle assicurazioni attraverso un dialogo tra interlocutori consapevoli, soggetti attivi di un processo storico, culturale, non solo politico, di portata straordinaria e destinato a incidere profondamente sulle prospettive evolutive del mercato.

In generale tutti gli stati, pur mantenendo in tutte le proprie peculiarità nazionali, hanno negli anni cercato di creare nuovi canali all'apparenza meno costosi, alimentando il più noto fenomeno dell'internetizzazione e della sportellizzazione del servizio assicurativo. Fenomeni dimostratisi, però, incapaci di

I viaggi di studio

*Il fenomeno
dell'internetizza-
zione e della
sportellizzazione*

generare alla compagnia quel valore aggiunto dato dalla *customer retention*.

La fidelizzazione del cliente, si costruisce migliorando i prodotti rendendoli coerenti ai bisogni di un mercato mutevole e dinamico ma soprattutto garantendo un servizio ad alto valore aggiunto pre e post vendita.

Se si vuole, non solo acquisire un cliente, ma anche mantenerlo nel lungo periodo, cosa assai più difficile, bisogna offrire prodotti e servizi di qualità e informare in modo onesto senza temere i confronti con i competitors presenti sul mercato.

In tempi di *trust marketing* il fenomeno del *web insurance* resta appannaggio di pochi e le cifre confermano trattarsi di fenomeno inconsistente, dimostratosi incapace di *bypassare* la rete tradizionale.

La vendita tramite internet, infatti, rappresenta appena lo 0,5% della raccolta premi complessiva in Europa.

La *bancassurance*, strumento potenzialmente ottimale ma sovrastimato nelle attese, ha invece ingenerato incertezza economica e disaffezione del cliente.

*La bancassurance
germe della
disaffezione*

Senza ombra di dubbio, il valore necessario offerto da una consulenza altamente qualificata, altrimenti non ottenibile, ha rappresentato la leva del progresso e della riaffermazione di questo settore.

Non è un caso allora che la stessa lettera degli odierni piani industriali delle maggiori imprese echeggi una rinnovata attenzione al rafforzamento della rete, alla riqualificazione delle agenzie e alle esigenze del cliente.

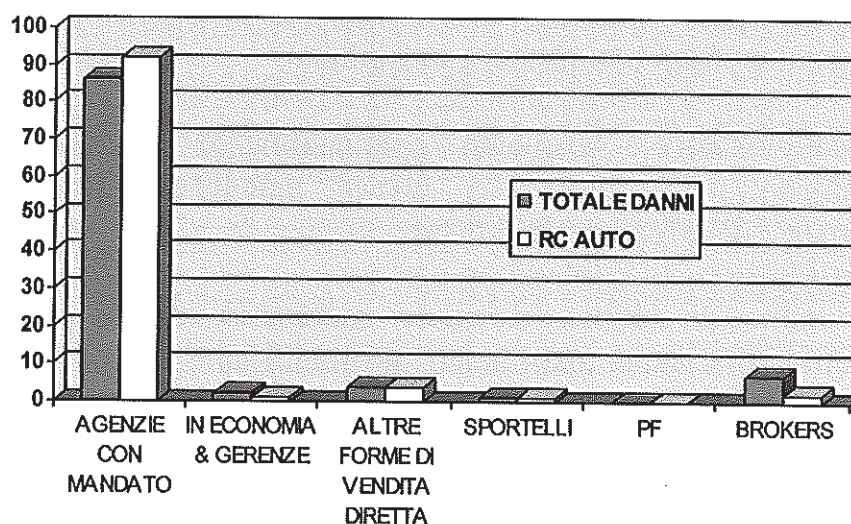
Ma - fatemelo ripetere - per quel merito intrinseco che ci appartiene e non per benevolenza delle mandanti.

Il dato raccolto e attualizzato al terzo trimestre 2004 può già rappresentare un valido esempio.

Traspare infatti un incremento nel vita dell'1,9% rispetto all'analogo periodo del 2003 ma, soprattutto, emerge la conservazione di un ruolo di tutto rispetto da parte del canale agenziale il cui contributo si è confermato indispensabile nella crescita della raccolta premi, con particolare riferimento al ramo I (*Assicurazioni sulla durata della vita umana*) e al ramo V (*Operazioni di capitalizzazione*) che rappresentano rispettivamente il 48,7% ed il 16,2% della produzione vita.

Quanto invece al comparto danni, la raccolta premi relativa ai rami R.C. auto registra un incremento del 3,3% rispetto al 1° semestre 2003, con un'incidenza del 52,7% sulla globalità dei premi danni che rimane sostanzialmente stabile rispetto al periodo di riferimento.

Il canale agenziale



Si riconferma il primato delle agenzie con mandato, che hanno intermediato l'85,94% della globalità del portafoglio danni e il 92,1% di quello relativo al ramo rc auto.

Dato, quest'ultimo, che andrebbe però purificato di quel 10% di premi intermediati dai Brokers ma presentati presso le agenzie.

L'attenzione riservata ai danni merita però una nota di approfondimento.

Da un raffronto della spesa assicurativa nei danni in Europa emerge come gli altri paesi abbiano una penetrazione assicurativa mediamente doppia rispetto al nostro.

Tra le cause rilevate dal nostro osservatorio emergono forti, la variabile dimensionale, l'elemento territoriale, la scarsa cultura manageriale, la ridotta propensione assicurativa, e un approccio ancora immaturo all'assicurazione.

Le ragioni sono in parte da ricondurre al fatto che l'assicurazione danni in Italia è acquistata principalmente in forza di un'obbligatorietà.

Il citato criterio di identificazione per antonomasia della modernità di un paese è sicuramente rappresentato dal Pil assicurativo.

Il ruolo del Pil assicurativo

E' interessante rilevare come apparentemente siamo in linea con il trend europeo anche se emerge forte il dominio della componente auto.

Per il paese Italia, infatti, la percentuale maggioritaria è ancora rappresentata dall'RC Auto riservando ai premi danni non auto una incidenza del 1,04%.

	Premi danni/PIL %	Premi auto/PIL %
BELGIO	3,22	0,91
FRANCIA	3,25	1,10
GERMANIA	3,74	0,75
ITALIA	2,63	1,59
OLANDA	4,88	1,05
REGNO UNITO	4,31	1,19
SPAGNA	3,22	1,44

Facendo una breve autocritica, vorrei intravedere lo status di imprenditore negli oltre 22.000 agenti ad oggi iscritti in prima sezione: si decreterebbe così il successo della nostra categoria e un indubbio maggior peso contrattuale.

Questo, perdonate la breve digressione, sarà con ogni probabilità l'ultimo anno dove parleremo di albi.

Altrettanto andrebbe detto in merito alle figure legittimate all'intermediazione assicurativa *tout court*. Infatti, la normativa ormai prossima a entrare in vigore, porta al centro dell'organizzazione unicamente la professionalità ed eleva questo valore a discriminare per poter competere sul mercato riferendolo, indistintamente, all'intermediario e al suo collaboratore, anch'esso insieme al primo, soggetto all'obbligo di registrazione.

*Il cliente: domino
del mercato*

Centrale, fatemelo ribadire, resta la tutela del consumatore cliente, che, in controtendenza alla ridotta influenza che esercitava sulle scelte strategiche delle compagnie di assicurazione, oggi si conferma determinante nella definizione dei *trends* di mercato finanche capace di decretare il successo e l'insuccesso delle reti distributive.

In una comunità dove si pone il problema di affrontare al meglio il rischio, in tutte le sue svariate forme, l'efficacia di un sistema si misura nella capacità di promuovere una coerente formazione e informazione del consumatore intorno agli elementi di base dei meccanismi dell'assicurazione.

Le nostre attività di ricerca, orientate al miglioramento del presidio, e alla definizione di modelli locali di organizzazione redditizia, ben si inseriscono in questo continuo e costante lavoro proteso ad offrire gli strumenti più idonei ad affrontare la dura legge del mercato.

*Conoscere il
territorio*

Oggi, è indispensabile conoscere perfettamente le peculiarità del territorio dove si opera, se si vuole realmente utilizzarlo come propulsore di affari, soprattutto nell'attuale clima di forte competitività.

*Maestro icona
delle attività
di ricerca*

MAESTRO, icona delle attività di ricerca UEA, ha conosciuto ulteriore impulso convergendo le sue attenzioni su comportamenti, valutazioni e aspettative degli agenti con riferimento al segmento persone-famiglia.

Tale segmento rappresenta, senza ombra di dubbio alcuno, il *core business* di numerose agenzie e sta attraversando una fase di crescente incertezza alimentata da un sistema previdenziale sempre meno generoso, dalla frammentazione della famiglia e dalla crescente precarietà del percorso lavorativo.

Un'analisi effettuata sul settore evidenziava come la scarsa propensione dimostrata dalle famiglie italiane ad aprire un ombrello assicurativo privato si spiega sse con la storica copertura che, almeno finora, lo Stato sociale ha garantito ai bisogni previdenziali e sanitari.

Dal lato dall'offerta, emergeva invece che le compagnie, salvo poche eccezioni, dimostrassero uno scarso orientamento al mercato, una conoscenza limitata dei propri clienti e ridotte capacità di proporre prodotti e servizi in grado di incentivare la domanda.

Voglio ricordare che tutti gli studi svolti, che muovono dall'analisi della distribuzione assicurativa in Europa e nel mondo, per giungere alle più recenti attività condotte dall'osservatorio UEA sulla mutevolezza della domanda assicurativa, sono il frutto dell'impegno profuso dai soci nell'elargire e condividere il loro bagaglio di conoscenze ed esperienze.

*L'indispensabile
contributo dei soci*

L'utilizzo di strumenti di lavoro condivisi costituisce il vero grimaldello del gioco competitivo contribuendo a meglio cogliere le potenzialità e le caratteristiche distintive dei mercati, di tradurle in strumenti operativi, di aggiornarle ma soprattutto condividerle nell'immediatezza con tutti i partecipanti, ovunque si trovino per finalizzarle in *concepts* attrattivi.

Controaltare a tanto impegno profuso nelle numerose attività intraprese, che hanno registrato una massiccia adesione dei players del settore, con altrettanti positivi riscontri, è la poco gratificante partecipazione dei nostri soci registrata a tali eventi.

Non faccio mistero di essere molto dispiaciuto. Ancor più se considerato nella logica di una scarsa attenzione alla vita associativa da parte di coloro che spesso non vanno oltre il pagamento della quota.

Vorrei porre l'accento sulle opportunità riservate a una squadra affiatata capace di creare valore partecipando al successo della propria associazione.

Ogni attività scientifica, di studio e di aggregazione è realizzata nel primario interesse del successo delle nostre attività economiche e imprenditoriali.

Esistono regole, normalmente non scritte che disciplinano lo stare insieme e le modalità di interazione del gruppo di cui siamo espressione.

*Per un
atteggiamento
responsabile*

Un atteggiamento responsabile, nel senso etimologico di rispondere delle proprie abilità, da parte di tutti noi, in primis di chi legge, diviene allora indispensabile per dare contezza ai principi enunciati dal nostro statuto e che si propone, tra l'altro, di *"favorire lo scambio di esperienze e di informazioni fra i soci, nonché il loro aggiornamento culturale e professionale, anche attraverso la promozione e lo sviluppo delle relazioni di amicizia tra di essi"*.

UEA, in questa fase storica, ritengo abbia maturato dei punti di valore: la totale autonomia e terzietà ma anche il fatto che, insieme al Direttivo uscente, che ringrazio pubblicamente per il grande lavoro svolto, ci siamo impegnati, credo in modo non facilmente reversibile, a mantenere una linea a favore di un dialogo propositivo e costruttivo.

Ricordiamo insieme l'esempio di un grande amico, solare, entusiastico e generoso, che non è più qui tra noi. Professionista ambito, già Presidente della Cassa di Previdenza Agenti INA, e per molti anni faro dell'Anagina, che ha saputo infondere all'UEA quel sentimento puro di amicizia, passione e lealtà che,

a tutt'oggi, è dogma della nostra associazione, Adalberto Pennesi.

La gestione della conoscenza avviene anche secondo meccanismi di tipo tacito del tutto non codificati e la capacità di coordinare flussi molto frammentati è rimessa all'imprescindibile azione svolta dai delegati distrettuali.

*Gestire la
conoscenza*

Pleonastico sarebbe soffermarsi sul valore della figura del Delegato Distrettuale ma l'entrata in vigore dello statuto riformato, e presentato in occasione del nostro trentesimo congresso di Nizza, mi impone una breve e compiuta riflessione.

*La centralità del
Delegato
Distrettuale*

Non posso non ricordare la lungimiranza del nostro Presidente Onorario Mario Tovo, grande maestro di vita, che ravvedeva nel ruolo del Delegato Distrettuale la vera cinghia di trasmissione per la divulgazione e il successo dell'attività UEA.

Le attività dei distretti rappresentano infatti un ausilio necessario all'esigenza di conciliare crescita, sviluppo e valorizzazione della politica associativa.

Per assolvere a tale funzione è fondamentale che i Delegati guardino in avanti, adeguino obiettivi e interventi alle diverse realtà di cui sono espressione, partecipando alla costruzione del consenso necessario a tradurre programmi in iniziative concrete e condivise.

Essere artefici di un percorso di consolidamento associativo, presuppone un incessante e minuzioso lavoro di costruzione di un reticolo di relazioni continue tra i soci.

L'integrazione tra i vari distretti non è comunque operazione banale presupponendo un forte impegno rivolto alla produzione di nuove conoscenze e a una corretta percezione delle variegate priorità.

L'istituzionalizzazione della figura del delegato rappresenta il nuovo nutrimento al processo di responsabilizzazione e lo sprone

L'istituzionalizzazione della figura del Delegato

a chiamare a raccolta tutte le energie intellettuali, morali, economiche e civili con l'obiettivo di tornare a pensare e progettare insieme il nostro futuro offrendo presidi adeguati e sostegno ai propri associati.

Quest'anno la nostra Assemblea riveste poi particolare importanza, per un duplice ordine di motivi tra loro intimamente correlati.

Lo Statuto UEA

Acquista forza lo statuto riformato e siamo chiamati a completare il percorso di riforma adeguandoci ai nuovi dettami comunitari ridisegnando, nel contempo, gli aspetti più significativi della nostra realtà istituzionale.

Con la riforma statutaria, infatti, i giovani entrano in un quadro e in un sistema che è completamente diverso dal precedente.

L'esperienza e il "saper fare" dei Giovani

Importante sarà riuscire a mettere in "rete" le competenze, le esperienze e il "saper fare" dei giovani, per estendere su tutto il territorio un tessuto dinamico di iniziative che veda il coinvolgimento di tutte le realtà territoriali.

Dobbiamo instillare nuova linfa alla nostra UEA capace di garantire continuità generazionale e apporto di nuove idee.

Faccio ammenda per le attese sperate e in parte andate deluse. Qui si sta però discutendo il futuro di una associazione e mi rendo perfettamente conto che l'impianto filosofico ed istituzionale della nostra UEA, probabilmente non sempre collima con gli interessi di tutto il mare magnum assicurativo, però credo che uno sforzo debba essere fatto da parte di tutti noi perseverando lungo la direttrice dell'eccellenza.

Verso una rinnovata fase di discussione e approfondimento

Al volgere di una nuova era molti e significativi sono stati i traguardi raggiunti; vorrei quindi concludere con una provocazione, al fine di poter considerare di riniziare una rinnovata fase di discussione ed approfondimento che tenga conto che ogni iniziativa che si andrà ad attuare non è un proposito che riguarda il singolo, ma è una iniziativa talmente

seria che vuole l'ineludibile partecipazione di tutti e che sottende il piacere di assumersi per intero, non tanto le responsabilità quanto il fatto di dire "noi lo abbiamo fatto".

Crediamo nella missione europea, nel mercato come insieme di regole e trasparenza, non terreno di scorrettezze e avidità. Nella concorrenza vera, nel merito e nell'efficienza. Nessuna di queste cose può realizzarsi senza una corretta percezione della realtà di cui siamo espressione e per nessuna il mercato è sufficiente.

Vorrei portarvi l'esempio di quei distrettuali e di quei soci, cui va tutta la mia stima e il mio riconoscimento, per l'apporto reso nella realizzazione delle nostre attività, nella progettazione e sperimentazione di ogni strumento pensato per le nostre imprese agenzie, nella diffusione di informazioni, nell'organizzazione di riunioni e seminari e di ogni altra occasione di incontro e confronto.

L'esempio

Non è nel mio stile fare nomi, rivolgo pertanto loro il mio ringraziamento per essersi adoperati offrendoci, anche fuori dalle sedi istituzionali, il loro consiglio e il loro attivismo.

Ringrazio i partner che ci sostengono finanziariamente e tramite altre forme di supporto tecnico, e i giornalisti insieme agli organi d'informazione per l'attenzione che ci hanno riservato, e che spero ci vorranno riservare ancora.

Infine un ringraziamento al piccolo, ma efficientissimo staff di segreteria, che pur nella relativa limitatezza delle risorse a disposizione, ci permette di garantire una puntuale e continua presenza verso tutti noi.

Un particolare ringraziamento vorrei poi rivolgerlo alla nostra storica Paola Salvoni per i 25 anni di attività preziosa e indispensabile al buon funzionamento della nostra segreteria.

In linea con quanto realizzato nel corso di questo mandato, vorrei per il futuro che UEA continuasse ad impegnarsi nel miglior governo dell'associazione, favorendone il progresso e

Il futuro

valorizzando al massimo le attività di studio e di ricerca.

In questo senso, proseguendo lungo la rotta del rinnovo cariche, particolare attenzione dovrà essere rivolta all'ingresso e alla formazione dei giovani.

Amici, un'opinione pubblica e consapevole è il migliore architrave di una associazione formata da professionisti liberi di scegliere avendo a disposizione tutti gli ingredienti indispensabili.

Questa stessa relazione ha cercato di focalizzarsi sull'imprescindibile esigenza di non abbassare la guardia per salvaguardare la nostra professione, propendendo per una visuale allargata ai modelli globali di sviluppo figli del riposizionamento della politica e della finanza.

Ogni nostra attività saprà generare più valore unicamente se riesce ad integrarsi nell'ecosistema in cui opera, e in uno scenario in cui prevale l'instabilità dei mercati, e la turbolenza del business c'è bisogno di strategie che aiutino a innovare costantemente e a decidere velocemente.

All'insegna di questo credo abbiamo celebrato con orgoglio questa trentaduesima assemblea. Ora dobbiamo guardare al futuro con rinnovata fiducia e consueto entusiasmo non dimenticando che *"Il nostro dividendo e' la condivisione della conoscenza"*.