



Convegno Nazionale Intermediari Assicurativi
Le giornate professionali
Milano, 1 febbraio 2013

Quali prospettive per le collaborazioni fra intermediari assicurativi

Risultati della ricerca IAMA

Fabio Orsi



L'indagine IAMA con AIBA, SNA e UEA

Gli obiettivi

Gli intermediari e la collaborazioni

- Quale atteggiamento
- Quali modelli organizzativi
- Quali finalità
- Quali criticità

La ricerca

- Indagine online rivolta a tutti i broker e agenti di assicurazione italiani
- Rilevazione: 27 novembre – 10 dicembre
- Campione: 2,213 intermediari (1,974 agenti e 239 broker)
- Il campione è stato espanso per area geografica, fascia dimensionale e marchi in funzione dell'universo delle agenzie e delle società di brokeraggio

Le collaborazioni sono una conquista per gli intermediari

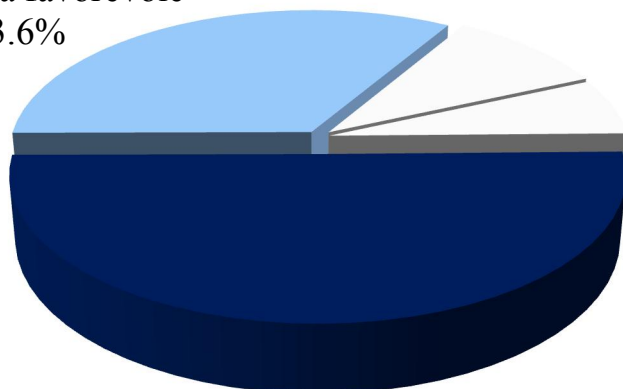
Qual è la sua opinione sulla norma che permette la libera collaborazione fra intermediari iscritti alla sezione A e B del Registro Unico degli intermediari?

AGENTI

83.8%

Favorevoli alle collaborazioni

Abbastanza favorevole
33.6%

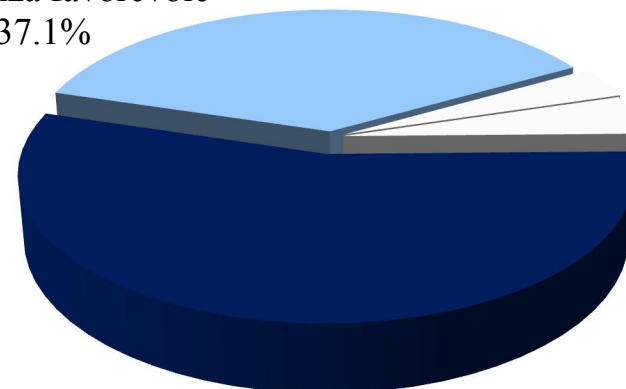


Molto favorevole
50.2%

BROKER

92.0%

Abbastanza favorevole
37.1%



Molto favorevole
54.9%

Almeno a prima vista la nuova normativa entusiasma

L'accesso alle collaborazioni potrebbe essere ampio e immediato

A seguito dell'introduzione della libera collaborazione fra intermediari lei nel prossimo anno...

AGENTI

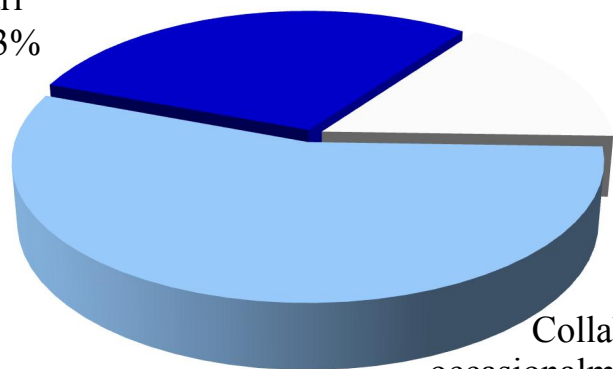
84.5%

Accederà alle collaborazioni nel 2013

BROKER

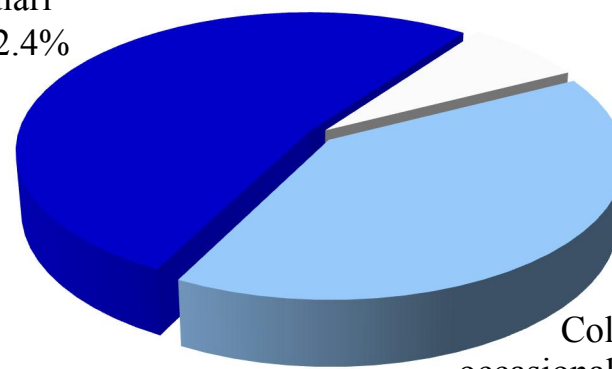
92.4%

Collaborerà sistematicamente con altri intermediari
29.3%



Collaborerà occasionalmente con altri intermediari
55.2%

Collaborerà sistematicamente con altri intermediari
52.4%



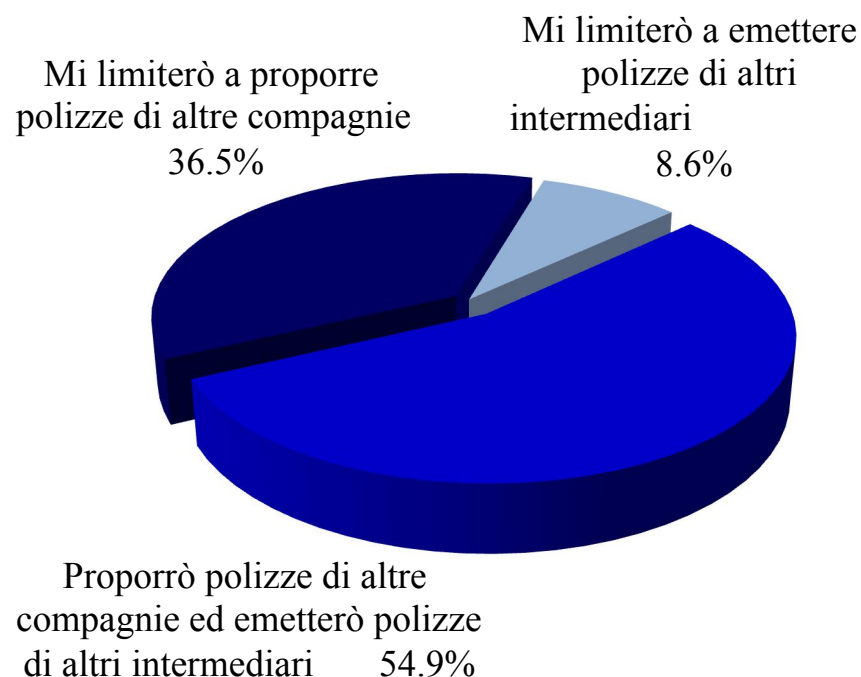
Collaborerà occasionalmente con altri intermediari
40.0%

Broker e agenti mostrano due modi differenti di intendere le collaborazioni fra intermediari

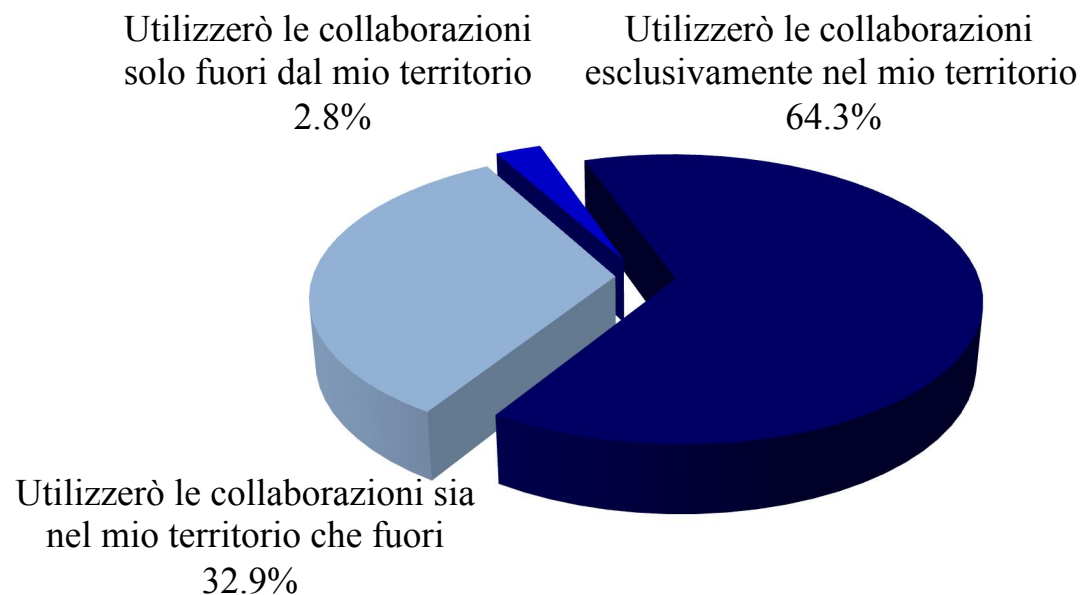
Le collaborazioni non servono solo a proporre polizze di altri intermediari ai propri clienti

(Se intende collaborare) Come organizzerà le collaborazioni e su quali territori?

MODALITA' OPERATIVE



TERRITORIO

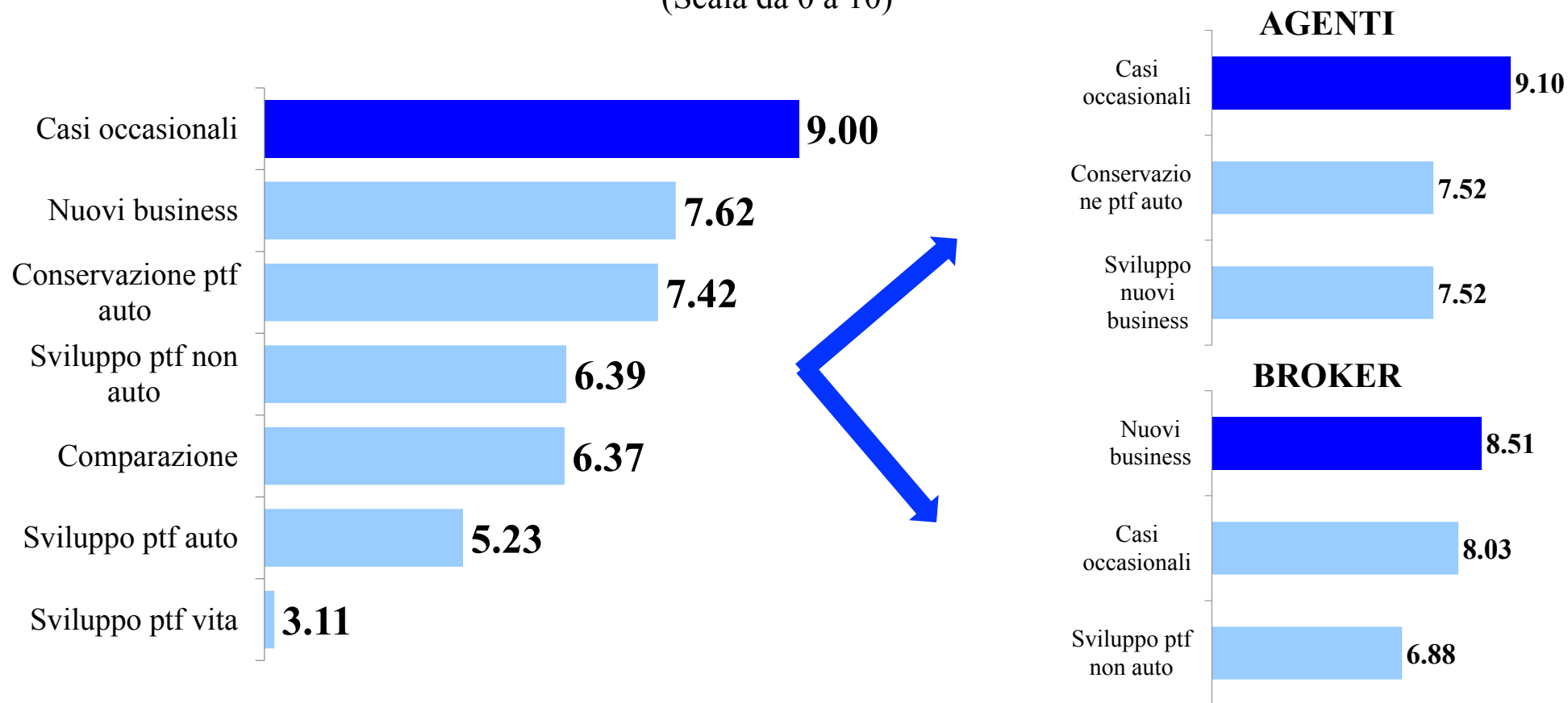


Più della metà degli intermediari sfrutteranno le collaborazioni anche per emettere polizze di altri intermediari

Le collaborazioni sono utili solo per risolvere le emergenze?

(Se intende collaborare) **Quale finalità intende dare alle collaborazioni fra intermediari?**

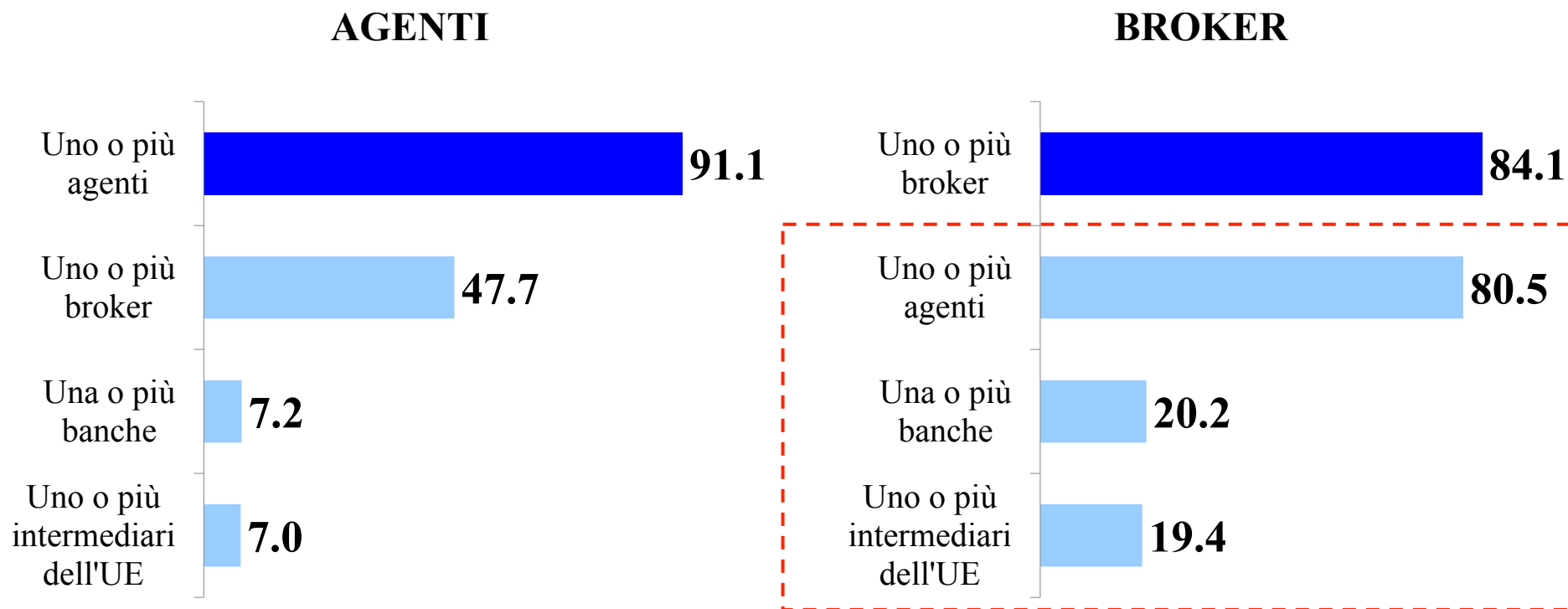
(Scala da 0 a 10)



Diversamente dagli agenti i broker sottolineano le potenzialità di sviluppo delle collaborazioni

Non solo A con A

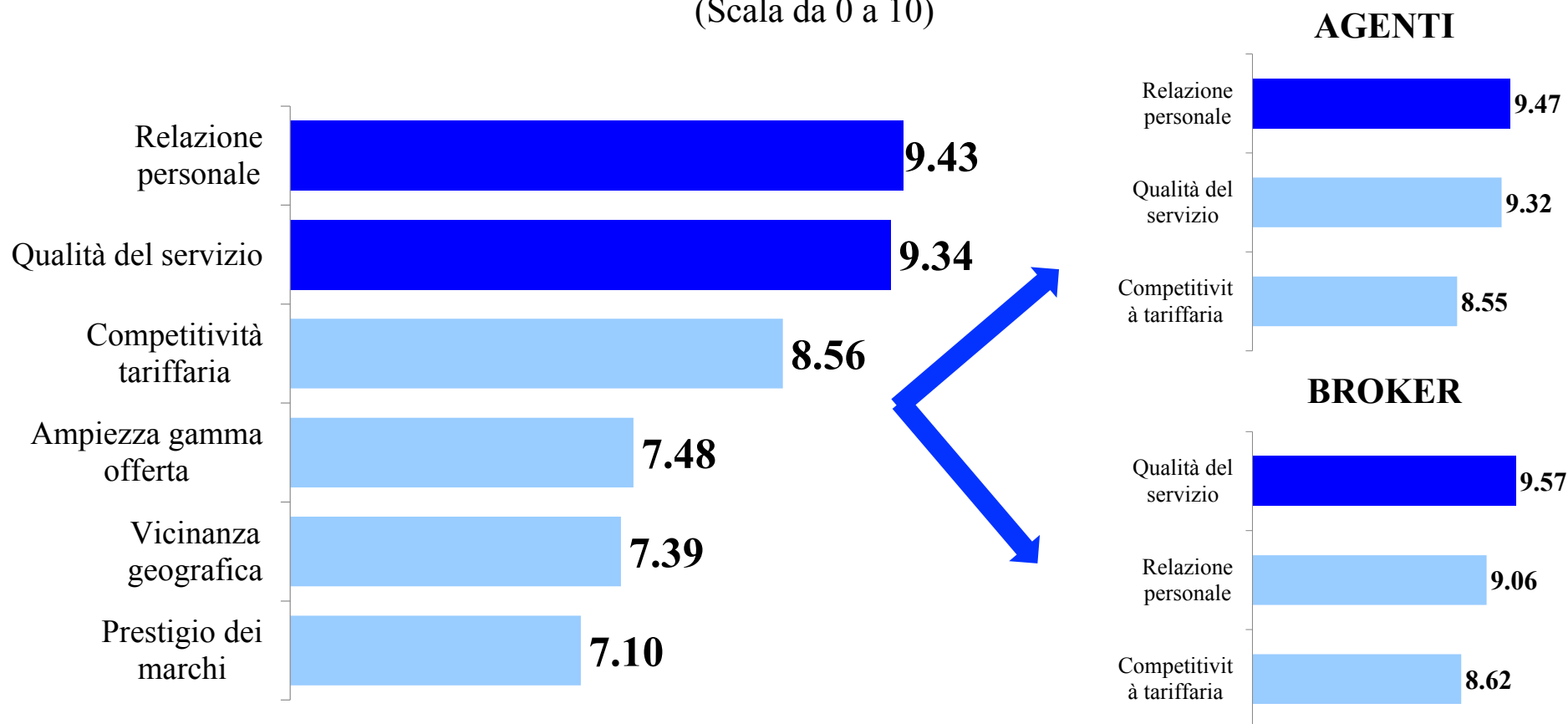
(Se intende collaborare) Con quali intermediari intende collaborare?



Dalle collaborazioni possono nascere nuovi modelli di intermediazione che coinvolgano non solo broker e agenti ma anche banche e intermediari dell'Unione Europea

Come scegliere gli intermediari con cui collaborare: relazione personale vs qualità del servizio

(Se intende collaborare) In funzione di quali aspetti sceglierà gli intermediari con cui collaborare?
(Scala da 0 a 10)

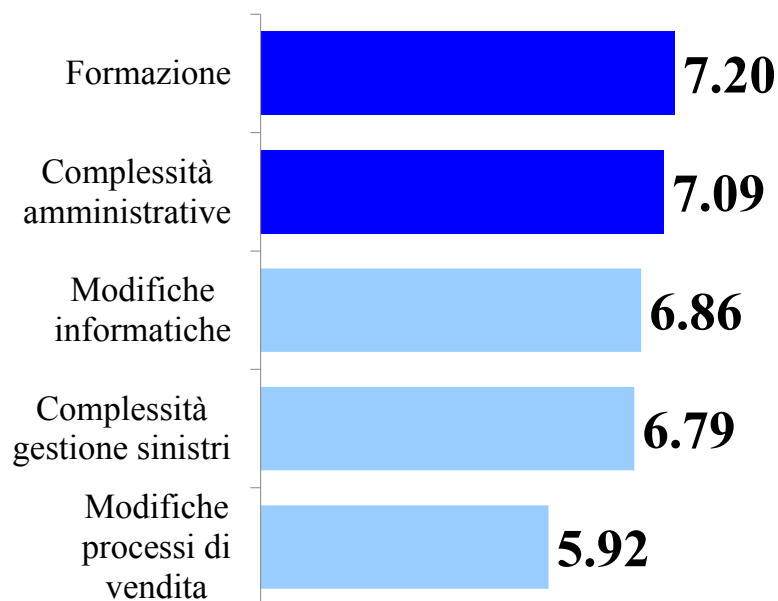


Gli agenti puntano sulla relazione personale con l'intermediario, i broker sulla qualità del servizio

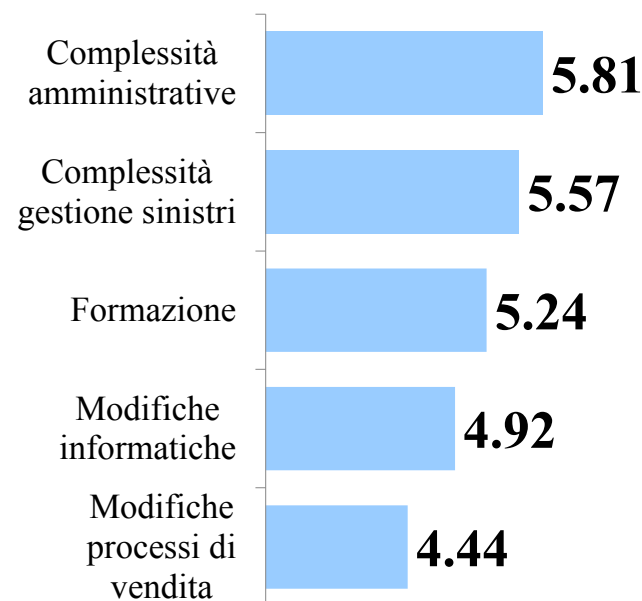
Il costo delle collaborazioni

(Se intende collaborare) **Quale impatto avranno le collaborazioni sull'attività?**
(Scala da 0 a 10)

AGENTI



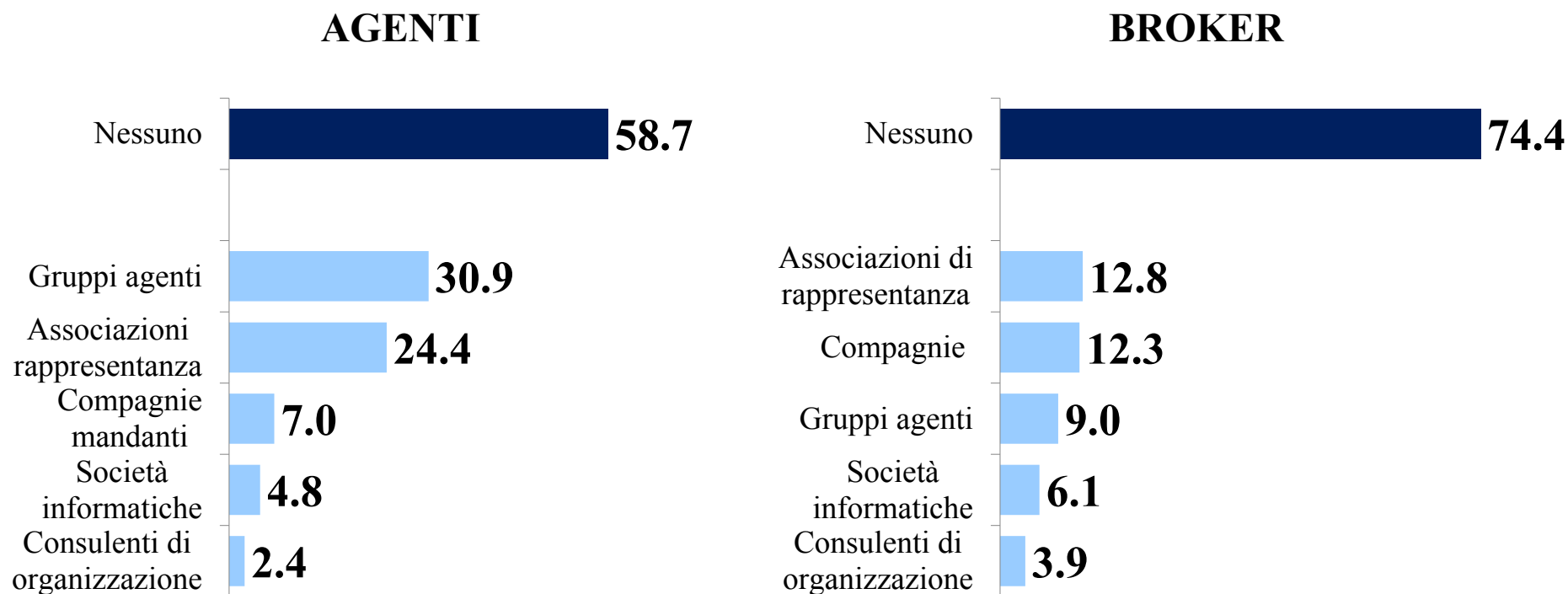
BROKER



I broker, già abituati a gestire molteplicità di relazioni, non immaginano un impatto pesante delle collaborazioni sull'attività, gli agenti invece temono soprattutto gli oneri formativi e le complessità amministrative.

Quale ruolo per associazioni di rappresentanza e gruppi agenti?

(Se intende collaborare) Per attuare le collaborazioni a chi si rivolgerà?



La maggioranza di agenti e broker ritiene di poter organizzare in autonomia il network di collaborazioni.

Quale impatto potranno avere le collaborazioni sul mercato?

GLI INTERMEDIARI E LE COLLABORAZIONI OGGI

- Entusiasmo e rivendicazione delle collaborazioni come una conquista
- Visione utilitaristica: soluzione occasionale per non perdere clienti
- Incertezza su modelli operativi e impatto sui costi

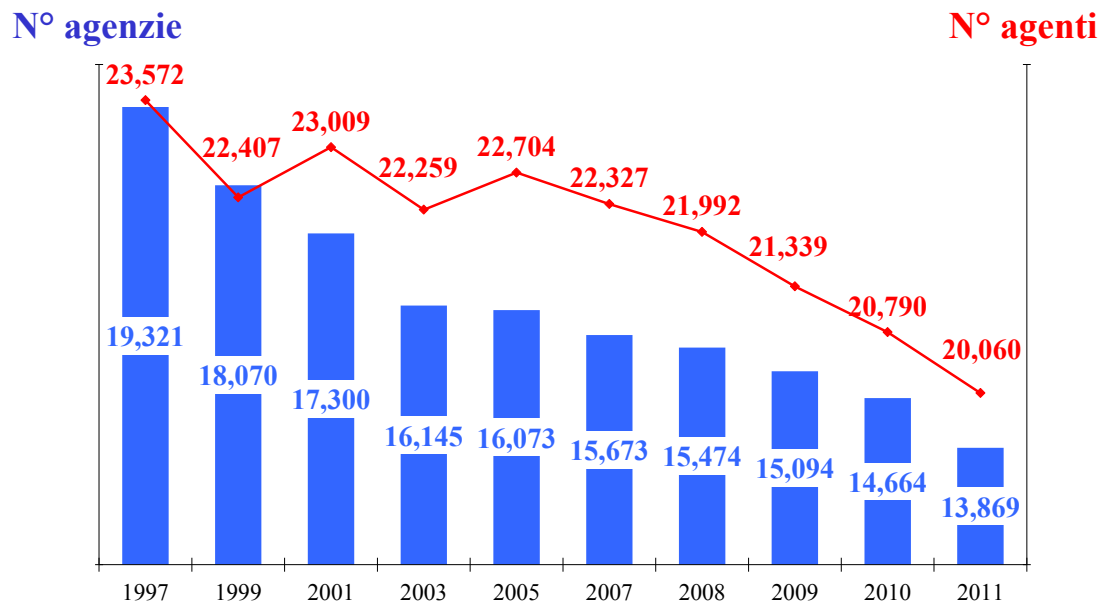
IL MERCATO VIVE UN MOMENTO COMPLESSO

- La grande depressione: crollo del PIL e dei consumi, instabilità dei mercati, pericoli per la tenuta sociale
- La stagnazione del mercato assicurativo
- La crisi delle agenzie di assicurazione fra selezione competitiva e crisi di redditività

Prosegue la selezione competitiva delle reti

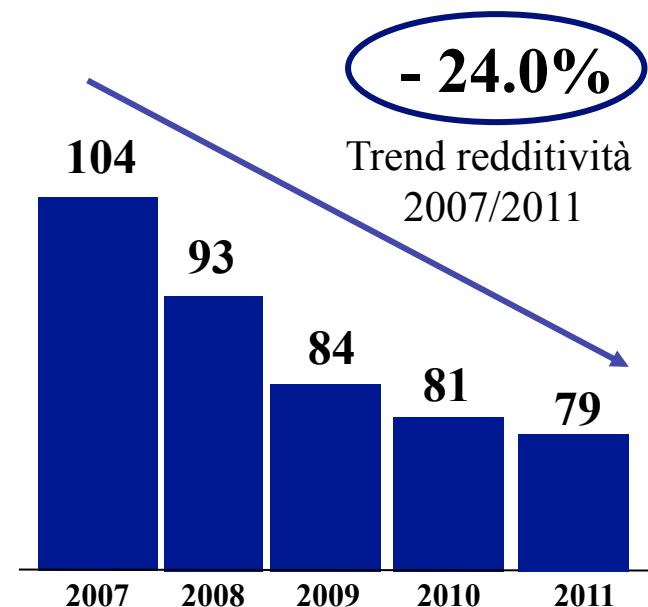
Si accentua il trend di riduzione delle reti

Dal 2007 al 2011 il sistema ha perso quasi 2,000 agenzie (800 nell'ultimo anno)



Non si arresta il calo di redditività

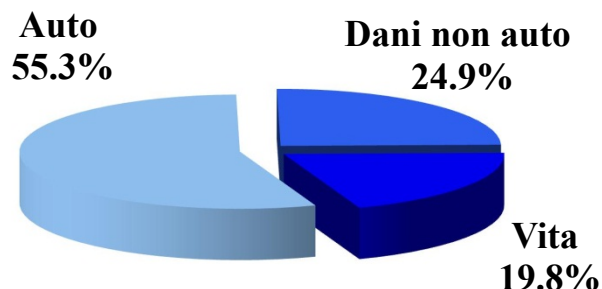
Utile lordo medio d'agenzia ('000)



La contrazione del mercato e le inefficienze strutturali delle agenzie determinano una contrazione della redditività e spingono la selezione competitiva delle reti

I limiti del sistema agenziale sono strutturali

Dipendenza dall' auto



Incassi medi ('000)	2011	Var. % 2010-11
Totale	2,592	- 1.05%
Auto	1,433	+ 2.02%
Danni non auto	647	- 2.02%
Vita	512	- 6.44%

Inefficienza

- 63.2%** Tempo dedicato ai processi gestionali
- 92.3%** Clienti con spesa unitaria inferiore a 1,000€
- 44,000€** Ricavi lordi per addetto



66.6% Agenzie con costi in crescita nell' ultimo anno

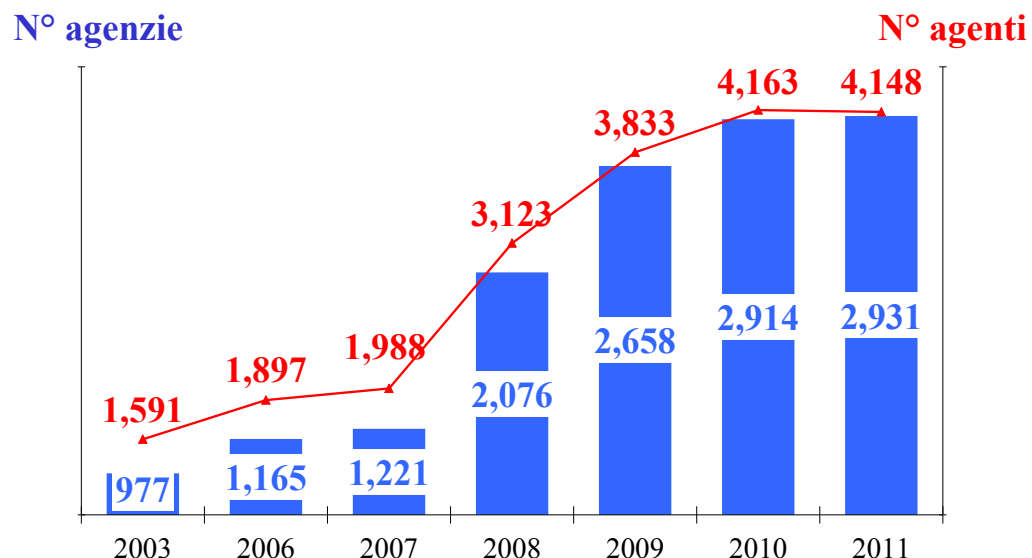
Bassa capacità di sviluppo

- Limitata produttività delle sottoreti
- Assenza di competenze specialistiche
- Incapacità di intercettare i bisogni emergenti

Quale spazio per l'intermediazione indipendente?

Lo sviluppo del plurimandato si è fermato

L'intermediazione indipendente rappresenta il 30% della distribuzione professionale



Agenzie monomandatari

10,938
(70.3%)

4,614
(29.7%)

Intermediazione indipendente

2,931

Agenzie plurimandatari

1,683

Broker

Nonostante la crescente diffusione numerica del plurimandato e dei broker l'intermediazione indipendente ha ancora un ruolo secondario. Quale contributo possono dare le collaborazioni?

Si delineano due modelli di collaborazioni

**MODELLO
TATTICO**

**MODELLO
STRATEGICO**



Agenti monomandatari

Chi lo sceglie

Broker, agenti plurimandatari

Poche collaborazioni occasionali

Modello organizzativo

Più collaborazioni sistematiche con diverse figure di intermediazione

Difesa portafoglio
Gestione emergenze

Finalità

Sviluppo danni non auto
Specializzazione nuovi business

Competitività tariffaria

Fattori di successo

Offerta comparativa

Contrazione ricavi, maggior intermediazione del business

Criticità

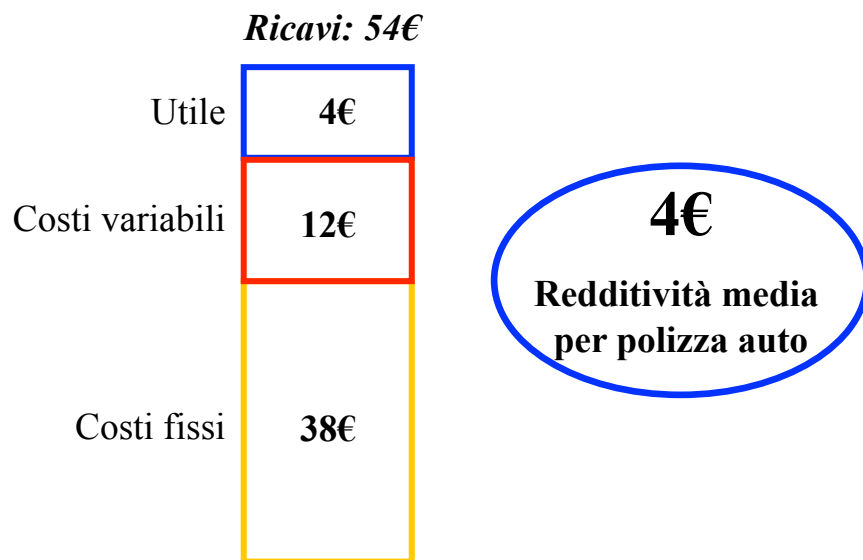
Complessità amministrative, informatiche, formative.
Interventi organizzativi forti

Il modello tattico è difficilmente sostenibile

La dipendenza dall'auto è il primo ostacolo al recupero di redditività

Collaborare solo per conservare il cliente auto non può essere la soluzione

Conto economico medio per polizza auto



Aumento dei costi

- Allungamento tempi della trattativa
- Incremento catena intermediazione
- Complessità amministrative



Contrazione dei ricavi

- Riduzione premio medio
- Suddivisione provvigioni fra più intermediari

Senza sviluppo del business le collaborazioni rischiano di determinare solo un aumento dei livelli di intermediazione e di conseguenza dei costi.

Il best advice per sviluppare nuovi mercati e uscire dalle logiche di price competition

Indipendentemente dagli obblighi normativi il mercato va verso l'offerta comparativa

55.0%

Consumatori che si informano online prima di fare acquisti

36.7%

Consumatori che alla scadenza della polizza auto richiedono altri preventivi



Le imprese si sfidano sulla comparazione dei livelli di servizio: il caso Axa France



L'offerta comparativa al centro del nuovo modello di business

- Valorizzare l'ampiezza della gamma d'offerta
- Allargare l'offerta ai nuovi bisogni e ai mercati di nicchia
- Valorizzare la consulenza professionale dell'intermediario
- Abbandonare la focalizzazione sull'auto



Sviluppare con le collaborazioni un nuovo modello di business basato su best advice e valorizzazione del ruolo dell'intermediario

Le condizioni per un effettivo sviluppo delle collaborazioni

Una nuovo modello di business: gli intermediari grossisti

- ➡ UK: i network di intermediari trattano direttamente con le compagnie condizioni e prodotti
- ➡ Francia: i broker grossisti consentono agli agenti di ampliare l'offerta e sviluppare business specialistici



Gli intermediari indipendenti al centro dell'innovazione di prodotti e servizi

Una nuova generazione di servizi per l'intermediario

- Gestione della pluralità di relazioni con gli intermediari
- Comparazione dell'offerta: prezzi e garanzie
- Preventivazione ed emissione delle polizze
- Gestione sinistri



Abbattere il costo di accesso all'intermediazione indipendente attraverso consorzi e società di servizi