



INTERMEDIA
CHANNEL

Agenzie ibride digitali, agenti sempre più angeli dei clienti. Il dibattito sul nuovo libro di Vincenzo Cirasola “Covid-19: Il cigno nero”

24/06/2020

Share



Mogliano Veneto, 24-06-2020 – Nel futuro dovrà cambiare l’agenzia ma il ruolo dell’agente non è in discussione. Anzi crescerà con nuove competenze, nuovi mercati da esplorare. È questo quanto emerso dal confronto tenutosi tra i relatori del webcast di presentazione di *“Covid 19: il Cigno Nero”*, il libro scritto da **Vincenzo Cirasola, presidente GAGI e Anapa**, assieme con i figli Gabriele e Giacomo.

Gli spunti sono partiti dal libro che nella seconda e terza parte di occupa del mercato, della digitalizzazione e fornisce una serie di spunti interessanti, ma i partecipanti sono concordi nel ritenere che non ci deve essere nessun timore di disintermediazione per gli agenti. La digitalizzazione è un processo inarrestabile e in questo lockdown abbiamo fatto dei passi da giganti, quasi 10 anni in pochi mesi, che però non devono intimorire gli agenti.

Per **Stefano De Polis segretario generale di IVASS**, la dematerializzazione di contratti ha consentito di proseguire nell’attività e visto il successo che ha ottenuto dovrebbe proseguire anche per il futuro, sebbene il periodo di lockdown ha messo in luce anche temi nuovi ed emergenti come quello della cybersecurity. De Polis ha inoltre ricordato come IVASS sia impegnata nel “monitorare” che le regole tra operatori siano uniformi, affinché possibili “GAFA” (Google-Facebook-Amazon-Apple) non abbiano accesso facile a tale mercato. Per l’esperto di IVASS, che ha apprezzato la lungimiranza evidenziata nel libro di Cirasola, il futuro vedrà sempre più un agente di qualità, che sappia accompagnare le esigenze del cliente, anche quelle nuove ed emergenti.

Anche per **Umberto Guidoni, direttore business di Ania**, il futuro non può che essere gestito da un’interlocuzione professionale. L’esperto ha illustrato come ANIA si sia mossa per creare assieme alle compagnie dei protocolli che mettessero in sicurezza gli agenti nella fase di lockdown, visto che l’attività era stata considerata essenziale, e come abbia dialogato con il Governo per far rientrare gli

agenti nei finanziamenti a fondo perduto. Per Guidoni anche le compagnie hanno dimostrato vicinanza negli agenti e ha difeso l'operato di Ania dalla critica, manifestata anche nel libro, spiegando con razionalità il motivo per cui non ha potuto intervenire direttamente con le singole imprese, per richiedere maggiore partecipazione a supporto degli agenti, nel rispetto dell'autonomie aziendali.

Per **Marco Oddone, Chief Marketing & Distribution Officer di Generali Italia** non bisogna opporre resistenza alla digitalizzazione, perché essa ha ormai pervaso la nostra vita, ma anzi dobbiamo sfruttare la forza dei GAFA che sono i veri competitor perché creeranno un contesto più competitivo e avranno nuove regole di business. Per Oddone sarà necessario essere veloci e prendere esempio dal digitale per la usability. Quindi a cambiare sostanzialmente non sarà tanto l'agente quando l'organizzazione dell'agenzia per avere più cura del cliente. E con un agente che dovrà avere maggiori competenze, differenti rispetto a quelle mutate finora.

Per **Federico Rajola professore Università Cattolica e Cetif**, non si deve parlare di dualismo quando si parla di digitalizzazione. Per il professore quando ci riferiamo ai GAFA o over the top dobbiamo prendere spunto dalla loro usability per creare un nuovo modello di agenzia ibrida. Per l'esperto l'innovazione è stata sempre una componente che ha accompagnato il mercato assicurativo e nel futuro sarà protagonista di una nuova evoluzione, con agenti sempre più di qualità e che siano in grado di accompagnare il cliente nella soddisfazione delle proprie esigenze.

“Sono convinto che il ruolo dell'agente non debba essere messo in discussione, che resti essenziale e funzionale anche per le compagnie. Il dibattito di oggi non fa che confermare quanto sostenuto nel libro ossia che la digitalizzazione non vuol dire disintermediazione. Certo è che l'agenzia dovrà cambiare la sua organizzazione, verso un modello più ibrido che sposi la tecnologia a supporto dell'attività dell'agente e dei propri collaboratori, la cui presenza è essenziale, non solo perché ce lo ha ricordato il Governo nella fase di lockdown, ma anche in linea prospettica. Nel nostro mercato, particolarmente sotto assicurato, nel futuro ci sarà più bisogno di consulenza per la protection e per la salute. Questo mi porta ad affermare con convinzione che la nostra professione avrà una lunga vita con un mercato fertile davanti e noi agenti, resteremo gli angeli dei clienti”, conclude **Cirasola**.

Per ulteriori apprendimenti si allega il video integrale del dibattito <https://vimeo.com/user9362885/review/431937706/63338615eb>