

## Speciale

# Gener@zionando

Marina di Grosseto 28 – 30 maggio 2014



## ***I Giovani...chiave del successo della categoria***

*Il 10 giugno 1994 si tenne il primo convegno dei giovani agenti Nuova Tirrena.*

*Il G.A.A.N.T. nasceva pochi mesi prima dalle ceneri del disciolto Gruppo Tirrena in L.C.A.*

*Fu l'avvio di una tradizione unitaria che riuni i precedenti tre gruppi aziendali in uno solo e che intendeva coniugare vecchio e nuovo in un unico obiettivo associativo.*

*Nel mese di giugno del 2004 a Santa Mania di Leuca, ci fu la prima esperienza di seminario formativo per i giovani agenti organizzato dal G.A.N.T. (nel frattempo avevamo provveduto a togliere una A).*

*Lo chiamammo "Generazionando": un gerundio che dava il senso del percorso, in divenire...*

*In questo periodo di grandi mutamenti che stanno attraversando verticalmente ed orizzontalmente la nostra professione è stato di grande utilità fare il punto della situazione coniugando esperienze del passato con le nuove visioni e aspettative dei giovani.*

### SOMMARIO

#### SPECIALE GENERAZIONANDO

\* ***I Giovani...chiave del successo della categoria*** – del Presidente Piero Melis pag.1

\* ***Generazionando: il tempo di dare e di ricevere*** – di Alessandra Schofield pag.3

\* ***la parola a Loro: considerazioni dei diretti interessati*** Pag.16

*Abbiamo avvertito la necessità di far comprendere alle nuove generazioni il valore della solidarietà e dell'etica di una professione come la nostra, che deve evolversi con le nuove tecnologie e le nuove regole, ma che deve trovare cittadinanza nelle forme associative che siano certamente i baluardi della tutela, ma anche un laboratorio che ci aiuti e ci sostenga nel consolidamento e nello sviluppo economico.*

*Sarà importante riuscire a realizzare queste proposizioni avendo come prerequisito fondamentale piena coscienza e conoscenza del rispetto delle regole e a tutela dei consumatori, che sono il nostro patrimonio.*

*Era importante chiarire anche le specificità delle varie associazioni che operano a tutela della categoria degli agenti.*

*Non credo di sbagliare se dico che l'Italia si differenzia dal resto d'Europa dal punto di vista contrattuale e organizzativo.*

*Siamo sempre stati dell'opinione che i sindacati generalisti (es. SNA) abbiano il compito della contrattazione di primo livello e dei rapporti con le istituzioni.*

*I gruppi Agenti delimitano i loro interventi nell'ambito della contrattazione di secondo livello e sulle questioni che attengono l'organizzazione della vita dell'agente nell'ambito delle strategie delle compagnie nel rispetto delle regole sancite nell'accordo nazionale Imprese/Agenti.*



*Dalla cosiddetta Legge Bersani in poi molte cose sono cambiate e molte cose bisognerebbe fare per riscrivere le regole che attengono alla contrattazione di primo livello.*

*E' però indispensabile che i Gruppi Agenti non travalichino quei confini sottostando alle pressioni talvolta pesanti delle compagnie.*

*Con La seconda edizione di Generazionando abbiamo ottemperato ad una delibera congressuale votata all'unanimità nella mozione finale e ora bisognerà proseguire nell'opera di coinvolgimento delle nuove generazioni.*

*Voi giovani dovete essere la chiave del successo di una professione aggredita da più parti, ma che rivendica il diritto di essere fedele interprete e buon gestore delle mutate esigenze di sicurezza della società del nostro tempo.*

*Non fatevi sollecitare, obbligateci ad ascoltarvi e a coinvolgervi.*

*Un fraterno saluto.*

*Piero*



**AgitINFORMA**

# **Generazionando, il tempo di dare e di ricevere** di Alessandra Schofield

## *Straordinario successo dell'iniziativa tutta dedicata ai giovani Agit, alla sua seconda edizione*

Sono passati dieci anni dalla prima edizione di *Generazionando*. Cosa è cambiato, rispetto alla volta scorsa? È stato anche più bello e più interessante, ha assicurato chi ha partecipato ad entrambe le iniziative.



Come ha sottolineato Massimo Carrà – responsabile del Centro Studi Agit ed organizzatore dei lavori insieme a Claudio Roghi – il fermento nel mondo degli agenti viene richiamato già nel gerundio del nome coniato apposta per il progetto, pensato come un qualcosa in costante evoluzione. Ed il fatto che questo nome sia stato inventato già dieci anni fa, è certamente segno della lungimiranza di questo Gruppo Agenti che sin da allora ha saputo captare i primi segnali di quella trasformazione che sta investendo gli intermediari assicurativi, e quelli agenziali in particolare.

Anche la scelta della località ha voluto esprimere al meglio lo spirito di *Generazionando*: “Grosseto è una cittadina giovane”, ha infatti spiegato Roghi nel suo saluto iniziale.



## Ed ecco a voi i giovani!

I lavori si sono aperti con una presentazione da parte degli *under 35* cui l'iniziativa è stata diretta. E così, talvolta superando un naturale imbarazzo, si sono avvicinati al microfono. Ed eccoli qui, in ordine di apparizione:

**Andrea Bellelli**, per il quale la precedente edizione ha rappresentato l'inizio di una fantastica avventura professionale ed il primo contatto con il Gruppo Agenti

**Rita Pavone**, che esprime al contempo la preoccupazione per il futuro di questa attività e la speranza che chi conosce già la strada possa aiutare chi è agli inizi

**Alberto Ravello**, contento di esserci, semplicemente

**Federica Ravello**, per la prima volta a *Generazionando*, al primo anno di lavoro e profondamente convinta della sua scelta

**Simone Rossini**, felice di aver intrapreso questa professione ed avere l'occasione di conoscere nuovi colleghi

**Simone Felici**, certo di avere ottime prospettive

**Chiara Canuzzi**, figlia d'arte che spera che il mondo delle assicurazioni possa superare le difficoltà

**Amedeo Landolfi**, agente da pochi mesi ed entusiasta di un'esperienza che permette di conoscere amici e colleghi e persone che possono essere vicine anche nei momenti di difficoltà

**Federico Costanzo**, felice di questo progetto

**Alfonso Napolitano**, iscritto nella sezione A del Rui da un anno e con la speranza di portare nella Compagnia le sue nuove energie

**Roberta Collalti**, che si augura di proseguire nella carriera di agente

**Angelo Avvocato**, che per capire cosa è davvero *Generazionando* aspetta il "dopo lavori"

**Emiliano Zampa**, venuto per imparare da tutti gli altri

**Massimiliano Paradiso**, già consapevole che il mestiere dell'agente non è un mestiere da lupo solitario e che condividere è fondamentale per ciascuno

**Giulia Galfo**, felice di questa esperienza e di conoscere colleghi coetanei con i quali condividerla

**Simona Ferrari**, che ha tenuto particolarmente a partecipare per capire meglio cosa prospetta il futuro

**Luca Pasquali**, con l'attesa di creare nuove relazioni e rinsaldare quelle che ha già creato

**Elisa Vommaro**, non ancora agente e per la prima volta a contatto con il Gruppo, ma comunque ben cosciente dell'importanza di combattere insieme

**Giorgio Corazza**, che per la prima volta partecipa ad un'iniziativa A.g.it

**Pierpaolo Melis**, convinto che *Generazionando* possa infondere fiducia nel futuro

**Alberto Cannas**, che sta preparando l'esame per l'iscrizione al Rui e certo di potere – insieme ai colleghi – portare avanti la storia del Gruppo

**Monia Patacchiola**, preoccupata per il futuro, ma convinta che insieme ce la si possa fare

**Florin Colacino** partecipa con molto entusiasmo e molte aspettative.

**Silvia Riva**, fiduciosa e positiva rispetto al domani

**Andrea Abis**, il quale spera che tra i giovani possa crearsi lo stesso affiatamento che hanno tra loro i "senior"

**Davide Abis** che, pur avendo intrapreso la professione insieme al fratello con timore e incertezza, oggi si sente più convinto, sia pure tra le difficoltà

**Giuseppe Puma**, secondo il quale tutti i giovani hanno voglia di togliersi ancora qualche soddisfazione, grazie a questa professione.



## Melis "Ragazzi, non avete bisogno di uno spazio dedicato. Il Gruppo è vostro, prendetelo !"



L'organizzazione dei lavori aveva previsto che le file di sedie a sinistra del palco venissero occupate dai giovani. Ma per Piero Melis, presidente Agit, le differenze anagrafiche non debbono costituire motivo di separazione. *"Alla fine di questa esperienza vorrei che ci fosse osmosi tra giovani e "senior" – come sono stati affettuosamente chiamati gli over 35 presenti all'incontro - perché Generazionando significa trasferire conoscenze"* ha infatti dichiarato Melis, il quale ha proseguito affermando che l'esperienza degli anziani, soprattutto di coloro che non sono stati in grado di aggiornare il proprio divenire, difficilmente potrà essere di aiuto alle

nuove generazioni, che hanno dal canto loro la freschezza.

Anche per chi è sul campo, professionalmente ed associativamente parlando, già da tempo, è importante sapere come i giovani interpretano l'evoluzione del mercato, come vivono il passaggio generazionale nelle agenzie e che tipo di associazione vogliono realizzare. È obbligatorio, oggi, domandarsi quale sia il ruolo di un gruppo agenti oggi, con il plurimandato che va diffondendosi ed il mercato in trasformazione *"Personalmente, non considero la compagnia una controparte, a meno che non leda i diritti dei colleghi che mi onoro di rappresentare"* ha sottolineato il presidente, ed il Gaa ha il compito di tutelare al meglio i principi degli agenti – tramite accordi che ne difendano la dignità ed escludendo qualsiasi accordo ad personam – senza danneggiare gli interessi della compagnia, perché la rovina della compagnia significa la rovina degli agenti.

Quindi, gli agenti Groupama resteranno con la Compagnia fintanto che saranno soddisfatti, in base a quel modello di relazioni industriali che ha portato alla condivisione di tutte le conoscenze proprie dell'Impresa e che si è finora rivelato funzionale. Si profila un periodo molto delicato che, se non gestito con correttezza, comporta il rischio di un ritorno indietro *"Dobbiamo rispettare le regole, ma non dobbiamo obbedire a nessuno. Fare associazionismo significa scegliere chi ti rappresenta e quando non ti sta più bene mandarlo via. La cosa più bella per uno che ha fatto qualcosa per gli altri è vedere che quindi voi avete il spinta (leggera) e giovani non è una ma portare un c'è un anziano trasferisce valori: fare gli interessi degli futuro passa anche dell'Associazione. C'è cose; questa è la tutta e fateci andare a quando i giovani spazio all'interno di Agit, nel quale confrontarsi ed interagire, Piero Melis ha risposto *"Non avete bisogno di uno spazio dedicato. Il Gruppo è vostro"*.*



*questa cosa non muore, dovere di darci qualche prendervi spazio. Essere categoria dello spirito, elemento di novità dove responsabile che amicizia, solidarietà, altri. La tranquillità per il attraverso l'esercizio una stagione per tutte le vostra: prendetela casa tranquilli".* E hanno chiesto uno

Non c'è futuro per chi sceglie di restare ancorato al passato *"Siamo nati per essere un gruppo fortemente sindacalizzato. Ma vi è una perenne lotta fra chi crede che ogni cambiamento*

*debba essere gestito in tempo reale, i conservatori che temono il cambiamento in ogni forma, ed i restauratori, che vogliono riportare indietro le lancette. Non esiste successo per gli agenti che vedono nell'impresa un nemico né per l'impresa che vede negli agenti un elemento terzo. Possiamo sopravvivere solo se affrontiamo il cambiamento insieme, "collusi" nella progettazione. Dobbiamo riuscire a convincere il mondo esterno che questo modello è quello giusto ed è il modello vincente".*

## **Jean François Mossino: rischi, certo, ma anche molte opportunità**

*Gli agenti sono l'elemento umano grazie al quale fidelizzare il cliente*

*"Sono legato da un profondo sentimento, prima di stima poi di affetto, verso Piero Melis".* Così Jean François Mossino – presidente della Commissione Agenti del Bipar – ha presentato brevemente il Bureau, l'associazione nella quale si confrontano gli intermediari di tutta Europa. Le figure degli agenti si trovano in altri Paesi quali Francia, Spagna e, in una certa misura, Polonia, ma solo in Italia hanno determinate caratteristiche, ha spiegato Mossino, il quale ha raccontato del continuo lavoro che in seno al Bipar viene costantemente portato avanti da agenti e broker per tutelare la figura dell'intermediario professionista – sia esso mono o plurimandatario – a fronte della forte influenza della norma Mifid sulle assicurazioni e dei tentativi di creare una normativa unica e pesante per il settore assicurativo e quello finanziario. Mossino ha preannunciato un inasprimento delle regole in tema di *best advice*, tuttavia ha sottolineato *"La formazione deve essere un tratto distintivo della nostra professionalità, che si distingue dagli altri canali, non una mera questione di ore formative"*. Il legislatore europeo tende inoltre ad introdurre la figura dell'intermediario indipendente remunerato esclusivamente dal cliente, per incentivare la concorrenza; ma si tratta di un'ipotesi osteggiata tanto dai broker quanto dalle compagnie. È in atto un processo del mercato, ha spiegato Jean François Mossino, che vede le compagnie spingere sempre di più verso l'integrazione compagnia-agente; ciò, mentre il cliente è sempre più abituato ad usare internet per confrontare tutte le offerte, non solo di tipo assicurativo e si profila l'ipotesi di un affacciarsi sul mercato da parte di competitori come Google o Amazon. Ma se è vero che il mondo che sta cambiando presenta delle minacce, altrettanto offre delle opportunità; a patto di evolvere. Anche le compagnie hanno bisogno di conoscere e controllare questi fenomeni per capire come volgerli a proprio vantaggio e di attrezzarsi e reagire al processo in atto, cercando di capire come integrare queste modalità con la necessità dei clienti di poter comunque contare su un viso di riferimento. Si tratta, insomma, di creare le condizioni per un equilibrio tra il virtuale e il fisico, tra il contatto diretto e il rapporto fiduciario. Le compagnie in Italia hanno bisogno degli agenti, i quali però devono fundamentalmente imparare a fare gli agenti in modo diverso, abbinando testa, cuore e anima. D'altro canto – ha spiegato Mossino – in altri Paesi Ue le compagnie ritornano ad avere bisogno degli agenti per la loro capacità di relazione e selezione dei rischi *"Siamo l'elemento umano che può permettere la fidelizzazione del cliente. Ed in tutto questo il ruolo dei gruppi agenti è fondamentale. Dobbiamo far evolvere il mercato in una logica di integrazione fra le diverse metodologie, tenendo conto delle esperienze del passato, ma senza lasciarsene vincolare"*, ha concluso il presidente della Commissione Agenti Bipar.



## Carla Dho "Il Comitato di Gestione, nostro fiore all'occhiello"

*Da un fatto drammatico la spinta a cambiare, nello spirito di unione e solidarietà*



*"Questa è un'iniziativa che rappresenta un'opportunità sia per chi partecipa per la prima volta, sia per chi è più esperto, per vedere il nostro lavoro sotto una luce diversa rispetto alla quotidianità" ha esordito Carla Dho, che ha spiegato ai giovani cosa sia il Comitato di Gestione Agit "È nato dopo la liquidazione coatta della Tirrena; un fatto drammatico, che però ci ha spinto a capire che la nostra unica possibilità di rinascere era nell'unione e nella reciproca solidarietà. Questo nuovo modo di fare gruppo ci ha fatto prendere coscienza del fatto che dovevamo diventare una azienda-rete, realizzando un importante*

*passaggio dal concetto di gruppo aziendale". Gli agenti non sono mai stati una proprietà della Compagnia, ma piuttosto una componente essenziale di essa, un pilastro senza il quale l'azienda non potrebbe stare in piedi. "Abbiamo anche avuto la fortuna – nella sfortuna – di avere alla guida uomini estremamente capaci e lungimiranti, che ci hanno insegnato valori e modi di pensare che sono stati parte integrante di questa amicizia che ci unisce – ha proseguito Dho – La tutela sindacale, nel nostro gruppo, ha sempre avuto una forte priorità, affiancando i colleghi sia al verificarsi delle difficoltà sia in maniera preventiva". In questo senso l'istituto del Comitato di Crisi – poi diventato Comitato di Gestione – rappresenta un fiore all'occhiello: è composto da tre componenti del gruppo e tre alti dirigenti della compagnia; la presidenza si alterna tra direzione e gruppo "È un organismo di cui essere orgogliosi, al quale dobbiamo stare molto attenti, perché garantisce a tutti la stessa tutela" ha concluso Carla Dho.*

## L'INTERVENTO DELLA DIREZIONE

### Roberto Trerotoli: hanno cambiato le regole del gioco durante la partita. Che adesso è molto difficile



Il direttore commerciale Roberto Trerotoli si è affidato ad una metafora calcistica per spiegare cosa sta avvenendo nel mercato assicurativo e nella Compagnia "Le società di calcio che vanno bene sono quelle che puntano sui giovani" ha infatti affermato "La partita è molto difficile: noi, contro il resto del mercato". Trerotoli ha disegnato un quadro generale, fornendo alcuni dati. Complessivamente, nell'ambito della distribuzione assicurativa si registra una continua riduzione degli agenti (-30% dal 2008), mentre aumenta il numero dei collaboratori; gli iscritti in E sono

attualmente 170.000, anche se non è detto che tutti effettivamente esercitino; l'età media degli agenti è 51,5 anni. Il mercato è affollato di competitor vecchi e nuovi sempre più agguerriti (Unicredit, Intesa, Poste, comparatori e potenzialmente Google e Amazon), mentre i comparatori spostano l'attenzione dal servizio al prezzo. D'altro canto, in Groupama gli agenti sono in aumento dal 2008, in controtendenza rispetto al mercato, e si tratta dell'unica, tra le compagnie oggetto

della recente indagine Antitrust, alla quale non sono stati fatti rilievi per aver attuato iniziative contro la concorrenza. La strategia Groupama – ha affermato il direttore commerciale – punta sulla collaborazione con le agenzie, l'adeguamento tattico, e l'individuazione di opportunità di sviluppo. *"Bisogna tenere conto del fatto che sono state cambiate le regole del gioco in corso di partita: abolizione del tacito rinnovo, home insurance, collaborazione tra intermediari, piattaforma informatica condivisa, dematerializzazione del contrassegno, contratto base Rca e valorizzazione delle relazioni digitali. E noi non possiamo permetterci di restare tagliati fuori; dobbiamo avere il coraggio di riposizionarci"*. I numeri parlano chiaro: 36 milioni di utenti internet in Italia, 97 milioni di sim attive, 26 milioni di utenti face book, ed un lunga permanenza quotidiana on line; queste nuove abitudini dei consumatori italiani debbono essere attentamente considerate *"Questo non significa disintermediare, ma consentire agli agenti di entrare in relazione col cliente anche attraverso gli strumenti digitali"* ha chiarito Trerotoli, accennando ad alcuni progetti in corso. *"Passepartout è un progetto di digitalizzazione che coinvolge sia la compagnia che gli agenti. D'altro canto le "Agenzie 2.0", spesso in mano agli under 35, che gestiscono le relazioni con i collaboratori in maniera digitale dimostrano che il riposizionamento tattico è nelle nostre corde"*. Possono quindi trarsi spunti positivi dall'affollamento del mercato, sviluppando la rete di collaboratori, acquisendo quote di mercato ora che il premio medio scende ed approfittando della possibilità offerta dagli accordi A con D, tramite i quali vi è l'opportunità di lavorare attraverso sportelli bancari collegati direttamente con l'agenzia. *"I giovani sono molto preparati ad affrontare il futuro, anche se oggi partire da zero è indubbiamente difficile"* ha concluso il direttore Trerotoli.

## Stefano Cecchini "Disegniamo insieme una rete d'eccellenza"

Saper vendere vendere la che il cliente ha secondo il direttore Cecchini, la via percorrere in questo di vecchi e nuovi ancora oggi, purtroppo, auto. *"Tuttavia – ha presenta possibilità di comparti e noi abbiamo trasformarci in consulenti*



consapevolmente, cioè consapevolezza di ciò acquistato. Questa, Marketing Stefano professionale da mercato difficile, preda competitor che è soprattutto un mercato proseguito Cecchini – sviluppo verso altri l'opportunità di del cliente". Il direttore

Marketing ha presentato i risultati di una ricerca svolta sulla *customer satisfaction* dei clienti Groupama in confronto al resto del mercato. Complessivamente, dal paragone l'Azienda esce vincente (con un 77% rispetto ad una media del 70%). I numeri dimostrano che la Compagnia è fortemente competitiva anche sul piano del rapporto qualità/prezzo dei prodotti. Tuttavia, c'è un ampio margine di miglioramento. Sebbene dal 2012 ad oggi siano stati fatti notevoli progressi, il 53% dei clienti Groupama si sente trascurato (60% il dato di mercato) e l'83% degli assicurati ha affermato di recarsi in agenzia solamente per pagare i premi. In un'ottica di rivisitazione del ruolo professionale della rete, anche il progetto Master Allievi Agenti è in evoluzione. Dal 2005 – anno di inizio del corso – il 50% dei partecipanti oggi è agente e nella filosofia attuale del Master la componente propedeutica al superamento dell'esame Isvap è molto importante. In futuro, particolare rilevanza verrà attribuita all'approccio informatico e digitale. *"Vogliamo creare una rete d'eccellenza che stiamo*

*disegnando con voi, in base a quello che ci indicate" ha dichiarato il direttore, presentando "Passepartout", progetto al quale si lavora dal 2013 e che dovrebbe essere totalmente completato entro il 2015, poiché molto tempo richiede la creazione dell'archivio informatico; "Si tratta di una struttura multicanale che vuole rendere più efficace la struttura tradizionale; la maggiore accessibilità alla cultura e all'informazione da parte di tutti aumenta il bacino dei potenziali "assicurabili". Un agente forte è un agente solido, che fa sviluppo", ha concluso Stefano Cecchini.*



## I "consigli" del Management

Ai dirigenti è stato chiesto dai partecipanti di offrire qualche consiglio pratico da applicare nel quotidiano professionale. La risposta è stata "filosofica" da parte di Roberto Trerotoli, il quale ha affermato *"Ogni agenzia è una realtà a sé: prendete l'esperienza dei genitori e modificatela in base alle vostre esigenze. L'evoluzione è una cosa che si fa nel tempo"* e molto pratica da parte di Stefano Cecchini *"Cominciate a capire quanto conoscete i vostri clienti: quelli di maggior valore, hanno qualcosa di diverso rispetto agli altri? E tenete presente che una persona che si aspetta di ricevere la vostra offerta e non la riceve, la riceve poi dai concorrenti e quindi è pronto a lasciarci"*.

## Mauro Franchi: abbiamo trasformato i rischi in opportunità



Mauro Franchi, vicepresident dell'Associazione e responsabile della Commissione Informatica, si è detto ottimista *"Questo momento potenzialmente offre grosse prospettive di lavoro ed i rischi sono stati già affrontati dai nostri rappresentanti e trasformati in opportunità. Il nostro modello relazionale ci consente di essere davvero partner con la Compagnia e l'obiettivo di Groupama è utilizzare il canale agenziale avvalendosi delle tecnologie a nostra disposizione: in questo sta la nostra sicurezza. Abbiamo, inoltre, un accordo sul patrimonio dei dati che*

*rappresenta una grossa rete di protezione"*. Franchi ha sottolineato alcune criticità che possono essere risolte proprio grazie alla digitalizzazione: l'archiviazione del cartaceo, la raccolta delle firme, la gestione della rete sub agenziale. *"Andrà tutto bene, finché Agit resta quello che è oggi"* ha concluso con decisione.

## Angelo Mangano “Il ruolo fondamentale del Gruppo Agenti? Vigilare”

Componente dell'Ufficio di Presidenza e responsabile della Commissione Amministrativa, Angelo Mangano ha testimoniato la propria esperienza, molto particolare: quella, cioè, di passare dall'essere “uomo di compagnia” ad agente. Assume perciò un valore tutto particolare



l'affermazione dell'importanza dell'Associazione nel mantenere la figura dell'agente centrale in un mercato in evoluzione. Il Gruppo, in particolare, ha un ruolo fondamentale nel vigilare che la formulazione del Testo Unico – regolamento che riunisce tutte le disposizioni attinenti l'attività professionale della rete Groupama Italia – non contenga norme che possono danneggiare gli agenti. Posto che quanto di obbligatorio deve essere espletato, non vi è alcuna ragione di inserire elementi potenzialmente lesivi del ruolo agenziale. Un esempio è costituito dall'area riservata che la legge impone alle compagnie di realizzare per i clienti: non vi è nessuna necessità di consentire all'assicurato il pagamento diretto dei premi

all'impresa “E Groupama – ha ricordato Mangano – ha sposato questa filosofia della centralità dell'agente”.



## Silvio Friscioni: conoscere bene il contratto o il mandato che ci legano alla compagnia

Il presidente del Collegio dei Revisori, Silvio Friscioni, ha voluto riprendere lo stesso tema trattato nella precedente edizione di *Generazionando*, un decennio fa. In Groupama Italia – che nasce dalla fusione di Nuova Tirrena e Groupama – è stato adottato, nel 2014, il contratto unico che regola i nuovi mandati “Mandato e contratto non sono la stessa cosa – ha spiegato Friscioni – Come noto, il contratto esprime la parità delle parti, anche se i contenuti del mandato (che invece prevede la subalternità di una delle parti rispetto all'altra) e del contratto possono essere gli stessi”. È fondamentale, ha ribadito Silvio Friscioni, conoscere bene il mandato

o contratto che si va a stipulare con la compagnia. Groupama si è distinta, anche in occasione dell'istruttoria Antitrust tesa ad accertare l'esistenza o meno di comportamenti anticoncorrenziali tenuti dalle imprese. In effetti, i rilievi nei confronti della Compagnia hanno riguardato unicamente l'obbligo di comunicazione da parte degli agenti dell'assunzione di nuovi mandati ed il preciso



riferimento al rispetto della Legge Bersani "fino a permanenza" di tale legge. Groupama ha accettato di eliminare questo limite riferito al rispetto della normativa e di spostare il termine delle comunicazioni da parte degli agenti che assumano un nuovo mandato alla fine dell'anno, onde effettuare i conteggi legati al FPA.

## Pierpaolo Melis "L'errore degli agenti di ieri: non aver fatto cultura assicurativa"



Chiamato ad intervenire sulle difficoltà del passaggio del testimone padre-figlio nelle agenzie, Pierpaolo Melis ha dichiarato *"Il problema non è il passaggio generazionale, ma la sopravvivenza della professione. Tuttavia, fondamentale è osservare le opportunità presenti nel momento"*. Le difficoltà di oggi, tuttavia, sono dovute anche ad alcuni errori compiuti dai "senior". Gli intermediari, secondo Melis, hanno mancato nella diffusione di cultura assicurativa, pur avendo avuto gestito il mercato per quarant'anni, non contribuendo abbastanza a far crescere l'esigenza assicurativa, estremamente

sottodimensionata rispetto agli altri Paesi Europei *"L'utente, oggi, non è abituato a vedere nell'agente il soggetto che compra un rischio, ma colui che vende un prodotto"*. Pierpaolo Melis confida comunque in quella sorta di selezione naturale in base alla quale *"chi non vale resterà tagliato fuori"*. Se gli agenti – che stanno perdendo quote di mercato – continueranno a svolgere il proprio ruolo nel futuro, ebbene, dipende solo da loro. Melis ha dedicato un grande omaggio al padre Piero, a conclusione dell'intervento *"Il padre non te lo sceglie, il maestro lo incontra per strada. Per me, le due figure hanno coinciso"*.

## Andrea Silveti: l'etica è bella e giusta. Ma, soprattutto, conveniente



Particolarmente apprezzato, non solo per i contenuti ma anche per l'accattivante esposizione, l'intervento di Andrea Silveti, che ha parlato di etica. *"Vedere tanti giovani, fa capire che questa professione un futuro ce l'ha"*, ha esordito. E proprio nel futuro degli agenti l'etica gioca un ruolo fondamentale. Ma cos'è l'etica? *"Non è esattamente e non è solo il rispetto delle leggi e delle regole – ha spiegato Silveti – Può accadere, infatti, che un comportamento corretto dal punto di vista giuridico non sia però etico. L'etica non è teoria ma pratica, ogni*

*giorno, sulle nostre scrivanie"*. Perché, in un mondo come questo, dovremmo essere etici? Si tratta di una domanda dalle molteplici risposte. La prima è senz'altro: perché è giusto, se abbiamo dei valori morali. Se però non fosse sufficiente, ecco la sorpresa. L'etica conviene, e per una serie di motivi, chiarisce Andrea Silveti *"Primo, legittimo il nostro ruolo di intermediari assicurativi; secondo, ci sono consumatori disponibili a spendere di più per un prodotto con un contenuto etico e l'Italia, in questo, non è fanalino di coda dal momento che*



*il 40% degli utenti condivide questo punto di vista e si tratta di giovani sotto i quarant'anni; terzo, chi acquista un bene lo fa perché a questo bene dà un senso e per le polizze assicurative può essere individuato nel senso etico; quarto, è stato provato da studi neurologici che sintonizzare il proprio lavoro con la propria scala di valori, diminuisce lo stress di vendita". In altre parole, vendere un prodotto della cui bontà si è davvero convinti, è più facile. L'etica è dunque un fine, ma è anche un mezzo per lavorare meglio e per aumentare le proprie conoscenze e competenze. È importante comportarsi in maniera etica con tutti i soggetti con i quali si entra in contatto nel quotidiano professionale "Eticità verso i colleghi significa non minare mai la fiducia del cliente in altri agenti, poiché ciò significa minare la fiducia in se stessi; eticità verso la compagnia significa condividere le filosofie generali, cercando però di essere più autonomi possibile; eticità verso i clienti significa fondare il rapporto sulla fiducia, puntando non a vendere di più, ma a vendere meglio. Parliamo la lingua del cliente, se vogliamo che ci capisca". E se, dopo tanta fatica, arriva comunque la disdetta? Può essere un momento di autocritica costruttiva, afferma Andrea Silveti.*



## **Domenico Fumagalli "Associazioni sindacali costrette a bypassare l'Ania"**



Domenico Fumagalli, che ha lungamente ricoperto il ruolo di direttore Sna ed oggi è stimatissimo consulente del Sindacato Nazionale, ha tenuto una sorta di breve lezione sulla contrattazione e, quindi, sugli accordi nazionali ed aziendali. Un intervento su temi complessi, che tuttavia la platea ha seguito con grande attenzione ed interesse. In Italia, vige il modello concertativo solidaristico, che differisce da quello meritocratico adottato nel Nord Europa. Per quanto riguarda il settore assicurativo, l'Accordo Nazionale Imprese Agenti (Ana) del 1951 rappresenta un elemento fondante dell'attività sindacale, in particolare per quanto riguarda gli

intermediari agenziali, ed è un istituto unico nel panorama mondiale di cui l'Ana 2003 costituisce un'evoluzione. Caratteristica propria di un accordo nazionale è che non può essere modificato *in pejus*; questa è la principale differenza rispetto agli accordi aziendali che, pur essendo magari simili a quelli di primo livello nei contenuti, presentano il rischio di subire riforme in senso peggiorativo per gli



agenti. Qualora si verifici uno scarto tra una norma nazionale ed una norma aziendale, vale la supremazia della competenza e dell'autonomia specifica del singolo rapporto tra mandante e rete. *"Le associazioni sindacali sono state in certo qual modo obbligate a rivolgersi direttamente al Governo ed all'Antitrust bypassando l'Ania, in quanto questa rifiutava e rifiuta di trattare il rinnovo dell'Accordo Nazionale. D'altro canto, anche i Gruppi Agenti sono stati necessariamente condotti a trattare temi pertinenti agli istituti Ana perché l'Accordo Nazionale non era in condizione di esaurire determinati dettagli"* ha spiegato Domenico Fumagalli.

Il presidente Melis ha lanciato l'idea di organizzare una tavola rotonda per approfondire i singoli temi toccati dal consulente Sna ed ha colto l'occasione per rilevare il ritardo culturale dei sindacati nazionali *"Non comprendono la necessità di un'evoluzione, né le profonde esigenze dei Gruppi Agenti"*.

## Enea Dallaglio: si può vincere, ma solo a patto di saper innovare profondamente



Qualsiasi investimento – sia esso economico, di tempo, di vita – deve essere pensato a lungo termine. Si è aperto così, con un consiglio ai giovani presenti in sala, l'intervento di Enea Dallaglio, managing director di Innovation Team, che ha poi esposto un quadro generale della situazione economica nella quale ci stiamo tutti muovendo.

La crisi che interessa l'Occidente dal 2001 ha carattere di permanenza, intervallata solo da alcuni momenti di stagnazione, ed ha un andamento generale che tende verso il basso. Questa epoca presenta dei nodi strutturali che non sono destinati ad essere risolti a breve; la crescita demografica complessiva appare in flessione (tranne che in India ed in Africa) ed è in corso un processo inarrestabile di redistribuzione globale della ricchezza. E poiché in Paesi in via di sviluppo hanno nell'Occidente il loro bacino di utenza, la nostra scarsa capacità economica rischia di penalizzarli profondamente, trasformando la crisi in un fenomeno di scala mondiale. Ma vi è un mercato finanziario enorme, in cerca di zone da aggredire; per mettere sotto controllo la finanza servirebbe un grande accordo tra Usa, Cina ed un'Europa che però ancora in realtà non esiste.

In tale contesto, l'Italia stessa ha alcune sue intrinseche problematiche: il debito pubblico, il tasso di dipendenza (ovvero il numero di soggetti, quali giovani e donne inoccupati e di anziani, dipendenti da chi produce reddito) più elevato d'Europa. Anche in un contesto così turbolento, tuttavia, vi sono realtà che continuano a prosperare e si tratta di realtà profondamente innovative. Alcuni esempi internazionali sono rappresentati da Amazon, Google, Apple, Samsung; ma anche nel nostro Paese alcune aziende (vedi Diesel o Luxottica) rappresentano elementi d'eccellenza.

Anche i settori tradizionali hanno la possibilità di riconfigurare il business. *"Se c'è una cosa che voi dovete imparare dagli anziani, è non seguirli e fare cose diverse"* ha quindi affermato Enea Dallaglio, focalizzando poi l'intervento sull'ambito assicurativo.



Dal 2007 al 2012 si è verificata una caduta di redditività agenziale pari al -27%, mentre le agenzie sono diminuite di cinque o seicento unità l'anno dal 1997 al 2013, tendenza che pare confermata anche per l'anno corrente. Il mercato Danni è gestito fondamentalmente da tre gruppi che non hanno ancora effettuato la ristrutturazione delle reti.

Sei, dunque, i nodi essenziali ai quali le agenzie debbono prestare attenzione: i livelli di efficienza, i nuovi comportamenti degli utenti ed i nuovi canali distributivi, la riconfigurazione del business auto, il modello vincente di intermediazione, il posizionamento sul mercato, il migliore modello organizzativo. Il recupero dell'efficienza può essere effettuato operando sui costi gestionali, attraverso una radicale riorganizzazione dell'impresa-agenzia Poiché dilaga la propensione alla comparazione da parte degli utenti – e non solo per quanto riguarda l'ambito assicurativo – è necessario compiere una nuova segmentazione dei clienti, attuando efficienti comunicazioni e servizi ad alta frequenza; i processi di digitalizzazione in atto richiedono nuove culture professionali e la capacità di interagire con il web per sviluppare nuovi contatti; inoltre, è indispensabile adottare iniziative innovative per riportare il cliente in agenzia. Il mix di portafoglio, ancora troppo "auto-centrato", deve essere ristrutturato, adottando una gestione snella tramite la creazione di uno sportello "leggero", sia fisico che virtuale. Innegabilmente, il contributo al business del plurimandato e delle collaborazioni appare a tutt'oggi scarso, nonostante una diffusione tutto sommato ampia; la realtà è che non emerge ancora un modello distributivo vincente. Sostanzialmente, ogni impresa-agenzia deve effettuare una profonda analisi per individuare quello più consono e più produttivo alla propria effettiva realtà. *"Una strategia di cambiamento deve essere pianificata a medio-lungo termine – ha sottolineato Enea Dallaglio – e richiede capacità strategiche, manageriali e gestionali".* I giovani sono avvertiti.



## La tavola rotonda dei giovani: è il tempo dell'ottimismo concreto

I lavori di *Generazionando* si sono conclusi con una tavola rotonda composta di soli giovani, sapientemente coordinati da Enea Dallaglio, che ha avuto la capacità di mettere a proprio agio questi neofiti del microfono. Hanno partecipato Amedeo Landolfi, Massimiliano Paradiso, Giulia Galfo, Lorenzo Napolitano e Florin Colacino.

Giovani, sì. Ma molto realistici. Dagli interventi è emersa da un lato la preoccupazione per un futuro senz'altro dai contorni incerti e sfumati e la difficoltà di definire una visione a medio-lungo termine ma, d'altro canto, la consapevolezza che non vi sarebbe scelta peggiore del limitarsi a subire il cambiamento e che nella capacità di adattamento e di riorganizzazione risiedono le possibilità di riuscita. È, insomma, quell'"ottimismo concreto" evocato da Dallaglio medesimo, che consiste proprio nel saper individuare su cosa puntare, professionalmente parlando.



## Voi avete imparato qualcosa, forse. Ma noi abbiamo imparato tanto !



*"Questa edizione avrebbe dovuto essere un momento di contatto col futuro – ha dichiarato un emozionato Claudio Roghi, traendo le conclusioni di queste tre intense giornate – volevamo "inquinarvi" col modo di essere Agit Voi avete forse imparato qualcosa, noi abbiamo imparato tante cose. Bisogna essere coraggiosi: senza coraggio non si possono affrontare le sfide del futuro. E fantasiosi, perché non possiamo limitarci ad immaginare questo nostro mondo semplicemente proiettato nel domani. Dobbiamo avere l'ambizione che gli agenti rimangano i protagonisti dell'intermediazione assicurativa italiana" ha terminato Roghi.*



## *La parola a Loro: considerazioni e spunti di riflessione dai diretti interessati*



Vorrei poter condividere le mie considerazioni su questa splendida esperienza che è stata GENERAZIONANDO.

Anche se penso che un semplice GRAZIE si sprechi a fronte del Vostro impegno, e che questo feedback sia per lo meno dovuto, volevo comunque ringraziare per la possibilità che ci avete dato di partecipare a questo convegno "a misura di giovani", convegno che, oltre a pregiarsi di aver messo in contatto tanti ragazzi di realtà geografiche diverse, ha dato a noi tutti l'occasione di condividere esperienze e criticità quotidiane, e di cogliere dal confronto con gli altri partecipanti spunti per affrontare le difficoltà di questo panorama lavorativo particolare in cui siamo immersi.

E' incoraggiante ritrovarsi tra Colleghi accomunati dalla stessa voglia di fare, tanto e bene, uniti alla ricerca della giusta strada da intraprendere per riuscire ad essere ogni giorno di più all'altezza delle proprie aspettative.

Avvicinarsi finalmente dal vivo in modo così diretto alla realtà del Gruppo Agenti è stato coinvolgente. Poter parlare concretamente con molti di Voi ha lasciato trasparire soprattutto l'impegno costante che ognuno impiega sì nel proprio lavoro, ma anche nel mettersi a disposizione delle necessità di tutti i colleghi, regalandoci questo senso di unità e di presenza costante.

Apprezzabile anche l'occasione di contatto con i vertici aziendali, che hanno dimostrato interesse al confronto con noi agenti più giovani.

Nella speranza che il nostro entusiasmo sia da stimolo a tutto il Gruppo, non vedo l'ora di partecipare ad altre iniziative di questo genere, e auguro quindi a tutti Voi un buon lavoro per i progetti futuri.

Un caro saluto, *Giulia Galfo*

@@@

Per me è stato il primo Generazionando dato che ho "soltanto" 30 anni e da 7 lavoro nell'agenzia di mio Padre. Personalmente ho vissuto quest'evento con grande partecipazione ma soprattutto con tanta emozione perché sin da subito mi sono reso conto di quanto lavoro è stato fatto e di quanto tempo ci è stato dedicato.

Mi sono sentito importante e, forse per la prima volta, ho realizzato di non essere semplicemente un apprendista, uno che deve soltanto stare a sentire chi ha più esperienza nel tentativo di carpire i "trucchi del mestiere". Ho preso contatto con l'idea di essere una risorsa da mettere a frutto, un punto di forza per la mia agenzia e per quelle che vorranno condividere con me le loro idee e le loro iniziative.

Il fatto che gente con tanti anni di professione alle spalle chiedesse il nostro parere, ci spronasse a dire la nostra sul modo di vivere il nostro lavoro e sul come trasformarlo in accordo con gli scenari futuri di cui tanto abbiamo discusso, ha rappresentato una scintilla che, in cuor mio, ha segnato l'inizio di un nuovo percorso che spero di



portare avanti e che mi condurrà a realizzare i miei progetti e le mie idee per conservare e implementare il patrimonio professionale e umano che mio padre ha faticosamente costruito negli anni.

Infatti sono fermamente convinto che uno sguardo al futuro per essere veramente efficace e lungimirante debba per forza di cose essere filtrato dalla consapevolezza di ciò che è stato fatto e del come si è arrivati al punto in cui siamo oggi. Senza piena coscienza dei successi, ma anche degli errori, dei nostri padri non possiamo costruire nulla di solido e duraturo. Sono convinto che i nostri mentori saranno sempre una fonte di ispirazione, una risorsa inestimabile e un appoggio costante sul quale contare, e per tutti questi motivi Generazionando mi ha lasciato un messaggio che a me appare forte e chiaro nella sua semplicità: noi siamo il futuro e noi dobbiamo cambiare prospettiva trasformando la nostra professione e adeguandola ai tempi che cambiano con una costante attenzione al passato, cercando di pesare con cautela errori e strategie vincenti per consolidare un ruolo, quello dell'agente, che è seriamente minacciato dallo svuotamento di contenuti e di professionalità che i moderni "polizifici" stanno cercando di mettere in atto. Diffondere cultura assicurativa, sfruttare la tecnologia e non vederla come una minaccia, pensare con creatività e concretezza, essere preparati e attenti ai cambiamenti cercando di anticipare i tempi, sono le cose che a mio avviso sono emerse in maniera chiara da questo confronto di esperienze che è stato Generazionando. La consapevolezza con cui sono tornato a casa è che Generazionando siamo noi tutti, e solo da noi dipenderà la riuscita o il fallimento delle nostre idee.

Grazie a tutto il Gruppo Agenti, e in particolare a Massimo Carrà e al Centro Studi. *Max Paradiso*

@@@@



Generazionando, per me, è stata un'esperienza preziosa e costruttiva ed accolgo con piacere l'invito a dare il mio contributo, apprezzando e riconoscendo le potenzialità di questo progetto.

Non è facile sintetizzare in poche righe il bagaglio di informazioni e suggerimenti che mi sono state trasmesse con grande semplicità ed accessibilità durante quei tre giorni. Personalmente ho maturato la consapevolezza dell'insostituibile ruolo dell'agente all'interno di questa compagnia e nello stesso tempo delle grandi responsabilità affidate alla nostra generazione per mantenere produttivo e solido il mercato assicurativo in Italia, tematiche sulle quali era opportuno farci riflettere attentamente.

Sono arrivato a Marina di Grosseto con un po' di lecito timore, essendo la mia prima esperienza da agente ed il primo incontro con il gruppo, ma mi sono trovato da subito a mio agio e nonostante l'età e la poca esperienza sono stato stimolato a prendere parola ed a partecipare attivamente alle discussioni. Questo grazie alla capacità dei rappresentanti del gruppo di coinvolgerci in modo semplice e naturale. Oltre ai doverosi ringraziamenti al gruppo per questa esperienza, sento di dover ringraziare anche mio padre per avermi spronato a partecipare.

Federico Costanzo

@@@@

Buongiorno a tutti, sono passate ormai circa un paio di settimane da Generazionando, e ancor di più adesso sento siano stati tre giorni importanti. Quando mi son presentata il primo giorno ho affermato di essere fiduciosa e ottimista, ORA lo sono ancor di più.

Sono convinta che **Preparazione e Competenza** siano elementi indispensabili, per poter proseguire "OGGI" al meglio questo NOSTRO lavoro, il non improvvisarsi mai credo fortemente sia la base della professione che svolgiamo.

In virtù di questo se perdo un cliente, ma sono consapevole di aver agito con competenza, professionalità e trasparenza, a me non interessa averlo perso.

grazie a tutti. *Silvia Riva*



**AgitINFORMA**



*E quindi... una raccomandazione a tutti i colleghi "senior" :*

***Non seguite i cattivi esempi!!!***



@@@

***Arrivederci al prossimo numero di AgitInforma..***