

PRIMO PIANO

Rca, premio ancora in rialzo

Prosegue anche nel 2024 l'aumento del premio medio per l'Rc auto. A gennaio l'indice si è attestato a 389 euro, registrando un rialzo del 7,5% su base annua. Lo ha certificato venerdì scorso l'Ivass nell'ultima edizione della sua indagine Iper, evidenziando in questo modo, come già accennato, il perdurante aumento della tariffa media per l'assicurazione auto.

L'istituto di vigilanza rileva comunque che la variazione è "in lieve decelerazione rispetto al +7,9% di dicembre scorso" e che in termini reali "l'aumento è del 6,7%". Più in generale, l'Ivass evidenzia che il premio medio risulta ancora inferiore rispetto ai 406 euro che erano stati rilevati nel gennaio del 2019, ossia alla vigilia della pandemia di Covid-19.

A livello territoriale, le diverse province registrano incrementi di prezzo compresi fra il +3,3% di Catanzaro e il +10% di Alessandria. Il differenziale di premio fra Napoli e Aosta si attesta a 250 euro, in aumento del 5% rispetto all'anno precedente. Rialzi ancora più elevati per gli automobilisti meno virtuosi, con gli assicurati appartenenti alle classi merito peggiori rispetto alla prima che hanno dovuto confrontarsi con incrementi del 10,4% su base annua.

Giacomo Corvi

INTERMEDIARI

I tratti distintivi dell'Associazione Agenti Allianz

Solidità, coesione, visione del futuro. I messaggi condivisi tra agenti e compagnia nel corso dell'assemblea della tripla A, tenutasi a Venezia il 7 e 8 marzo, si articolano su questi tre termini che racchiudono risultati di business, valori identitari e programmi per i prossimi mesi

Assistere ai congressi dei gruppi agenti è sempre un'esperienza che stimola a ricercare quanto vi sia di sinergico tra le strategie, il posizionamento, l'approccio al mercato delle compagnie e la fisionomia della rete agenziale, il livello di interazione e confronto, le problematiche da gestire e le opportunità da cogliere.

Partendo dal titolo dell'evento tenutosi nei giorni scorsi a Venezia, "L'Associazione Agenti Allianz nell'era dell'intelligenza artificiale", è stato molto interessante raccogliere alcuni messaggi fondamentali indirizzati alla platea. Il primo messaggio, che sullo sfondo ha accompagnato la due giorni di lavori, riguarda la solidità della compagnia, basti pensare ai risultati record raggiunti nel 2023 a livello di gruppo: un rialzo del 5,5% del volume d'affari totale, che sale a 161,7 miliardi di euro e un utile netto attribuibile agli azionisti pari a 8,5 miliardi di euro, in crescita del 33%.

Risultati a cui gli agenti in Italia, come ha evidenziato il presidente AAA **Ennio Busetto**, hanno contribuito in modo determinante.

Parliamo di un vantaggio competitivo che evidentemente consente di guardare al futuro all'insegna della crescita, dell'evoluzione nell'approccio al cliente e anche di investimenti per le agenzie.

UNITÀ E INCLUSIONE PER TUTTE LE AGENZIE

Attraverso i diversi interventi nell'ambito del convegno è emerso poi un messaggio fondamentale anche per tutta la categoria degli agenti: l'importanza della coesione. Un valore che si è tradotto nel totale consenso alla riconferma di Ennio Busetto a presidente dell'AAA (637 voti su 672 votanti, 35 schede bianche) e in un unanime riconoscimento alla bontà del lavoro svolto negli ultimi tre anni.

La dimostrazione dell'unità degli agenti ri-



Ennio Busetto, presidente dell'Associazione Agenti Allianz

sale del resto a dieci anni fa, quando **Tonino Rosato**, **Massimo Gabrielli**, **Giovanni Trotta** decisero di unire le tre associazioni di cui erano presidenti, rispettivamente l'Unione italiana agenti Allianz (**Uia**), il gruppo agenti Lloyd Adriatico (**Gala**) e il gruppo agenti Allianz Subalpina (**Gna**) per dare vita all'Associazione agenti Allianz, un unico organismo di rappresentanza che potesse aiutare con più forza i colleghi a gestire la portata dei cambiamenti in atto.

La coesione e la necessità di coinvolgere tutte le agenzie continuano a rappresentare un pilastro su cui proseguire nelle attività di rappresentanza, così come hanno dimostrato le sollecitazioni di Busetto e di **Umberto D'Andrea**, past president del gruppo, a includere anche le 25 agenzie che hanno finora aderito al Progetto 51, varato tempo fa da **Allianz Italia** e osteggiato con decisione dal **Sindacato Nazionale Agenti**.

GLI AGENTI E LE NUOVE FRONTIERE DELL'AI

E veniamo ora al dialogo con la compagnia e in particolare ai messaggi rivolti agli agenti sulla visione del futuro. (continua a pagina 2)

(continua da pagina 1) **Giacomo Campora**, ad di Allianz Spa, invitato a portare alla platea le sue riflessioni sulla relazione tra agenti e intelligenza artificiale, ha sapientemente illustrato i diversi volti dell'AI, machine learning, reti neurali, deep learning, quantum computing, costruendo interessanti analogie tra le agenzie, il mondo della navigazione (la Vendée Globe) e la precisione richiesta in pasticceria.

Partito da un sentito riconoscimento al cambiamento di mentalità e di apertura all'innovazione introdotti anni fa da **George Sartorel** nel suo incarico ai vertici di Allianz Italia, il messaggio di Campora agli agenti è stato incisivo, chiaro, inconfutabile: la capacità di utilizzo e di governo dei dati acquisita dalla compagnia consente di mantenere fermo il timone, così come anche gli agenti, dotati di strumenti adeguati, potranno governare le agenzie e gestire gli imprevisti. Ecco allora che l'intelligenza artificiale può rappresentare quello strumento di precisione per affrontare il futuro anche quando l'esperienza e l'intuizione non bastano più. E anche quando la fiducia, vero collante nella relazione con il cliente, deve continuare a essere coltivata e valorizzata.

La promessa di Giacomo Campora è quella di sostenere la rete agenziale dotandola di tecnologie e prodotti indispensabili per distinguersi sul mercato, rafforzare il rapporto di fiducia con la clientela, migliorare i processi, potenziare le attività commerciali.

CAPACITÀ DI DIALOGO E MAGGIORI RESPONSABILITÀ

Esempi concreti delle possibili applicazioni dell'intelligenza artificiale nelle agenzie di assicurazioni sono stati presentati da **Alessandro Vitale**, ceo di **Conversate**, che ha mostrato il livello di accuratezza con cui l'AI consente di operare anche nelle fasi di offerta di prodotti assicurativi specifici (raccomandando la necessaria fase di supervisione da parte degli agenti prima della divulgazione), nonché le possibilità di far evolvere l'interazione tra agenti e clienti attraverso video e immagini o la velocità di valutazione dei danni nella gestione dei sinistri.

Il tempo ci dirà quante e quali applicazioni dell'AI saranno effettivamente diffuse nelle agenzie del nostro paese,



Giacomo Campora, ad di Allianz Spa

in che modo queste applicazioni potranno favorire la fiducia del cliente e quali innovazioni potranno essere acquisite a livello di sistema.

Se il futuro degli agenti Allianz è segnato anche dalla loro capacità di confrontarsi con l'intelligenza artificiale sfruttandone il valore, resta però il fatto che per l'intera categoria degli intermediari urge chiarire quali sono i profili di responsabilità che queste tecnologie introducono in un quadro normativo, a partire da Idd e Pog, molto complesso e in continua evoluzione.

Per Ennio Busetto e la sua squadra i prossimi mesi si aprono con molte sfide da superare attraverso la ricerca di un costruttivo dialogo con la compagnia, che si prospetta non sempre facile soprattutto in previsione del rinnovo dell'accordo economico: un percorso che il presidente potrà affrontare forte del consenso ricevuto a Venezia e della volontà condivisa dai colleghi di agire all'insegna dell'unità, segnale anche della passione con cui gli agenti svolgono la propria professione. Una passione che sembra aver permeato l'evento di Venezia insieme all'orgoglio, palpabile, di far parte di un gruppo solido e competitivo come l'Associazione Agenti Allianz.

Maria Rosa Alaggio



INSURANCE
REVIEW

è su **Twitter**

Seguici cliccando qui



INTERMEDIARI

Ennio Busetto confermato alla guida degli agenti Allianz

L'assemblea elettiva della tripla A ha riconfermato il presidente uscente. Sullo sfondo ci sono le opportunità dell'intelligenza artificiale; tra gli impegni del prossimo triennio emerge il mantenimento dell'autonomia delle agenzie in un contesto di relazione costruttiva con la compagnia

Ennio Busetto è stato confermato alla guida dell'Associazione Agenti Allianz nell'assemblea elettiva che si è svolta il 7 e 8 marzo scorsi a Venezia. I presenti hanno riconfermato il presidente uscente, unica lista candidata, con 637 voti su 672 votanti. Il consiglio direttivo per il triennio 2024-26 sarà composto da Carmelo Bonfiglio nell'incarico di vicepresidente vicario, Massimiliano Gadda come vicepresidente, i consiglieri delegati sono Chiara Baldacci, Riccardo Bogogna, Sergio Di Bonito, Anastasia Prevedello, Andrea Tonelli ed Ennio Viola.

La due giorni, che ha avuto come filo conduttore degli interventi l'era dell'intelligenza artificiale nella quale Allianz e i suoi agenti sono proiettati, ha avuto luogo a pochi giorni dal decennale della nascita della tripla A come unificazione degli storici gruppi degli agenti di Lloyd Adriatico, Allianz Subalpina e Ras, una confluenza che si è dimostrata scelta di successo, con un'unica rappresentanza nel dialogo con la compagnia. I lavori si sono aperti con i saluti di Ermelinda Damiano, presidente del consiglio comunale di Venezia, e l'intervento del presidente di Sna Claudio Demozzi; tra gli ospiti anche Alessandro Vitale, fondatore di Conversate, che ha illustrato le potenzialità dell'intelligenza artificiale applicata nei diversi ambiti dell'attività umana, soffermandosi in modo particolare sulle applicazioni dell'IA generativa nel rapporto con il mercato e nella relazione con i clienti.

Nel triennio il dialogo si è rafforzato

In apertura della relazione di fine mandato, Busetto ha voluto rendere omaggio a due colleghi scomparsi nel corso del 2023, Loredana Schiavone e Roberto Conforti, per il loro con-



Domenico Martiello e Paola Pietrafesa

tributo professionale e umano alla crescita della tripla A. Ha poi ricordato come il 2023 sia stato un buon anno in termini di risultati ma caratterizzato da un importante volume di sinistri, due aspetti che "hanno dimostrato alla compagnia e ai clienti il ruolo indispensabile degli agenti".

Uno degli obiettivi su cui ha lavorato il consiglio direttivo nel triennio è stato il coinvolgimento di tutti i colleghi nell'associazione, anche attraverso l'ampliamento degli strumenti di comunicazione. "Nel triennio di mandato che si è appena concluso, uno dei temi chiave è stata la gestione di una relazione costruttiva con la compagnia, di cui possiamo oggi influenzare le scelte portando proposte pragmatiche e basate sulla nostra esperienza concreta", ha aggiunto il presidente uscente. Tra queste, Busetto ha ricordato il confronto sul provvedimento sugli eventi naturali e l'introduzione di elementi di valutazione non soggetti a variabili che hanno favorito la redditività delle agenzie, e la gestione della Pog.

Strumenti previsionali e fiducia tra agenti e compagnia

Nella seconda giornata dei lavori, l'assemblea di AAA ha ospitato la delegazione di Allianz Italia, guidata dall'amministratore delegato Giacomo Campora. Il ceo ha incentrato il suo intervento sulle potenzialità dell'intelligenza artificiale, vista come strumento che risponde alle domande che l'uomo le pone, soggetta quindi alle capacità dell'essere umano di capirne il funzionamento, le opportunità e il potenziale per la crescita dell'attività produttiva. (continua a pagina 4)



(continua da pagina 3) Alla base c'è la capacità di gestire i dati: "come Allianz Italia siamo a un livello promettente nell'uso delle informazioni e abbiamo già degli strumenti che ci permettono di cambiare il passo. Il 2023 è stato un anno partito da prospettive difficili, ma i dati ci hanno permesso di avere il timone saldamente in mano. Non possiamo più operare senza uso dei dati, senza l'aiuto previsionale delle macchine. Come compagnia vogliamo creare strumenti che siano di sostegno per gli intermediari, non sostitutivi". Nei progetti di Allianz c'è quindi la creazione di strumenti che permettano di migliorare l'efficienza delle agenzie e supportino la loro attività di relazione con il cliente. "Quello che resta alla fine è la fiducia: la trasmettiamo da decenni ai clienti e se i risultati oggi sono positivi è perché c'è fiducia nel team di management e verso gli agenti", ha concluso Campora.

Crescita e nuove leve, temi di confronto con la rete

Il confronto con la compagnia è proseguito con gli interventi di **Paola Pietrafesa** e **Domenico Martiello**. Pietrafesa, vicedirettore generale e responsabile della direzione market & distribution di Allianz, ha sottolineato come la crescita sia uno dei pilastri fondamentali del gruppo e come i prossimi obiettivi siano orientati in tal senso, in piena sinergia con gli agenti, "anche per l'ottimo lavoro fatto con le rappresentanze in questi anni, con cui si è lavorato in modo costruttivo e collaborando nella definizione di alcune scelte". Il direttore della distribuzione Martiello ha affrontato il tema delle nuove risorse per il rafforzamento della rete in un periodo di dinamica demografica negativa: "le iniziative messe in atto hanno permesso di abbassare l'età media degli agenti da 57 a 54,4 anni, un risultato ottenuto grazie a un intenso lavoro di reclutamento e alla creazione di un vivaio da cui far emergere le figure che continueranno la professione", tema anche questo che è oggetto di confronto con la rappresentanza degli agenti.



Mano tesa alle agenzie aderenti al Progetto 51

Non poteva mancare un riferimento del presidente uscente al Progetto 51, avviato da Allianz per proporre un diverso modello di relazione tra compagnia e agenti. Dall'inizio del mandato, il consiglio direttivo ha mantenuta salda l'opposizione a questo tipo di proposta, oggi meno centrale visti i numeri limitati delle agenzie che vi hanno aderito (solo 25), "non ci sono spinte all'adesione e neppure chi vi ha aderito ha ottenuto vantaggi diversi rispetto alle altre agenzie", ha osservato Busetto, mentre il past-president **Umberto D'Andrea** ha voluto sottolineare il valore rappresentato dal non escludere le realtà che hanno aderito al Progetto 51 dalle forme associative che caratterizzano la rete agenziale, cercando un rapporto che non sia conflittuale.

AI, una sfida ai modelli distributivi

Nel suo discorso programmatico, Busetto ha guardato alle sfide del nuovo triennio: "ho scelto di ricandidarmi perché ho sentito vicinanza alla mia persona e perché coprire questo ruolo consente di essere d'aiuto per il gruppo", ha affermato il presidente in pectore nel discorso di presentazione della lista, "l'utilità della nostra associazione si sostanzia nella relazione con l'azienda, ma è nostro impegno anche pensare al futuro della rete, al rapporto con il mercato. Nel contesto attuale dubbi e incertezze sono superiori rispetto al passato, in particolare per l'impatto che avrà l'intelligenza artificiale sull'attività e sui modelli distributivi".

A tal proposito, l'AI è vista come un sistema invasivo ma dai contorni ancora sfumati, da un lato offre la possibilità di accrescere la relazione con i clienti, dall'altro può esserci un rischio di aumento del controllo sulle agenzie e di riduzione delle occasioni di contatto, "i vantaggi che arrivano dalle tecnologie vanno gestiti, anche nell'ottica di mantenere l'autonomia delle agenzie", ha concluso Busetto.

Maria Moro

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 11 marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577