

ESG, MANCA UN LEGAME TRA COMPAGNIE E DISTRIBUZIONE

Qual è il rapporto tra intermediari e criteri Esg?

Le compagnie stanno articolando da tempo le proprie strategie su investimenti, nuovi prodotti e iniziative tese a sostenere la transizione energetica, l'ambiente, la comunità, l'inclusione. Tale impegno rientra nell'ampio quadro di obiettivi fissati dall'Agenda 2030, che devono essere rispettati e sviluppati dalle imprese.

Ma se da una parte l'insieme delle politiche legate ai criteri Esg punta anche a tradursi nell'affermazione dell'identità e della qualità della compagnia, dall'altra sembra non riuscire a trovare, almeno per il momento, un'adeguata e virtuosa ricaduta nel mondo della distribuzione.

Eppure gli intermediari detengono la relazione con il cliente, ne conoscono le esigenze e propongono ogni giorno soluzioni per la prevenzione e la protezione, intervengono nel momento del sinistro per mostrare vicinanza, qualità del servizio, capacità di risolvere problemi e di gestire le fasi di liquidazione.

Tutto questo, si potrebbe affermare, conferma e valorizza il ruolo sociale dell'assicurazione, rientrando a pieno titolo in un'area di relazione con la comunità basata sulla fiducia, che si traduce quindi in sostenibilità.

Il ruolo sociale del settore assicurativo, comune a compagnie e intermediari ben prima della costituzione dell'Agenda 2030, può e deve trovare oggi nuovi orizzonti per agire e mostrarsi a cittadini e aziende.

In che modo allora gli intermediari possono misurare il loro contributo alla sostenibilità, valorizzandolo nei confronti della comunità in cui operano, e anche nei confronti della compagnia, traendone vantaggio per la propria professione e per la gestione della propria azienda?

L'impressione è che sia necessario costruire un anello di congiunzione tra le azioni delle compagnie, in termini di messaggi da condividere con la rete, e la formulazione dell'offerta, ovvero l'approccio al cliente da parte degli intermediari.

La sostenibilità è destinata a cambiare il livello di rischio, i criteri di sottoscrizione e la valutazione di un sinistro, le coperture catastrofali, solo per fare un esempio.

Alle compagnie spetta allora il compito di interrogarsi su come preparare la rete ad affrontare questa evoluzione. Per gli intermediari si prospettano nuove opportunità per misurare lo spazio che vorranno ricoprire nella distribuzione assicurativa del nostro paese: un percorso da aggiungere alle grandi sfide che agenti e broker stanno affrontando, tra peso della regolamentazione, ricerca di equilibrio economico, confronto con la mandante e sviluppo della relazione con la clientela.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it