

INTERMEDIARI Nuove sfide

Broker, alle aziende serve un coach

Per trovare spazio nelle piccole e medie imprese il broker deve trasformarsi in consulente globale. Ecco come

Luciano Fumagalli

Consulente globale dell'impresa, promotore della cultura assicurativa, risk manager delle Pmi, disponibile al lavoro di gruppo all'interno di network nazionali e globali: questo l'identikit del broker ai tempi della lunga recessione di cui non si vede ancora la fine. Il ritratto è emerso dalla tavola rotonda *Impresa e tutela assicurativa: il valore del broker in tempi di crisi*, che si è svolto all'interno del convegno del *Giornale delle Assicurazioni* dedicato al rapporto tra assicurazioni e mondo produttivo. Al dibattito, moderato dal segretario generale di Aiba **Antonia Boccadoro**, hanno partecipato **Giuseppe Allia**, responsabile dell'intermediazione e del branch office di Milano di Aec master broker; **Danilo Ariagno** responsabile formazione di Aiba; **Roberto Bosco**, risk manager di Mediaset; **Marcello de Cristofaro**, cfo di Wholesale insurance broker; **Andrea Di Giacomo**, amministratore delegato della società di brokeraggio De Besi/Di Giacomo; **Mirko Odepemko**, responsabile account broker nord ovest e Toscana di Roland; e **Paolo Vinci**, avvocato patrocinante in Cassazione.

Broker grossisti

«I grossisti supportano la redditività dei piccoli broker, che fanno fatica a reggere la concorrenza dei player internazionali», ha affermato Giuseppe Allia, responsabile dell'intermediazione e del branch office di Milano di Aec master broker. Le collaborazioni con gli altri iscritti al Rui sono importanti, ma solo se portate avanti nell'ottica della consulenza e nell'assoluta trasparenza».

Il bicchiere è mezzo pieno
Tutto è partito dai dati negativi della situazione italiana. La produzione è in caduta libera. Le compagnie non si sviluppano, anzi i fatturati arretrano anno dopo anno. Boccadoro ha fatto notare come il rapporto premi-Pil, che nel 2006 era sopra l'8% (un record), adesso non arrivi al 7%. Solo i fondi pensione crescono.

Situazione disperata? I partecipanti al dibattito non hanno certo sottovalutato le criticità della congiuntura. Ma hanno dato più spazio all'ottimismo della volontà che al pessimismo della ragione. E vedono il bicchiere mezzo pieno. Ariagno, per esempio, legge in maniera diversa la discesa della raccolta premi: «Magari la mia è una visione ottimistica, ma i rami danni, tolta la Rc auto, tutto sommato hanno tenuto. E questo nonostante le difficoltà della situazione generale e degli intermediari in particolare, basti pensare alla diminuzione della regolazione del premio, a quanto abbiamo perso in questo campo», ha sostenuto il responsabile della formazione Aiba. «Il mercato ha retto. Il che non significa

che le difficoltà sono sparite, al contrario rischiano di aumentare. E allora noi dobbiamo fare sempre di più attenzione a due snodi fondamentali: la mappatura-analisi e gestione del rischio e l'evoluzione delle esigenze e dei prodotti assicurativi».

In che senso? Risponde Ariagno: «Le capacità di valutazione e di interpretazione del rischio vanno assolutamente potenziate, anche attraverso la formazione continua, se vogliamo davvero aiutare le aziende di qualsiasi tipo e dimensione. Il *risk assessment* è particolarmente importante per le realtà produttive più piccole. Quasi tutte le Pmi non hanno strutture di analisi e gestione del rischio e neppure figure manageriali dedicate. Si aspettano, quindi, che sia il broker a fare da risk manager dell'impresa. Un ruolo molto delicato oggi. Perché le necessità

Risk manager

«Quasi tutte le piccole e medie aziende non hanno strutture di analisi e gestione del rischio e neppure figure manageriali dedicate», ha sostenuto Danilo Ariagno, responsabile formazione di Aiba. «Si aspettano, quindi, che sia il broker a fare da risk manager dell'impresa».



Rapporto premi-Pil in calo

Antonia Boccadoro, segretario generale di Aiba, ha fatto notare come il rapporto premi-Pil, che nel 2006 era sopra l'8% (un record), adesso non arrivi al 7%. Solo i fondi pensione crescono.

aumentano in periodi di crisi, affiorano bisogni di sicurezza che prima non c'erano, e lo sviluppo delle nuove tecnologie pone nuovi problemi, ma il budget si riduce. L'obiettivo del broker è quello di trovare soluzioni economicamente sostenibili per proteggere l'azienda dai pericoli che potrebbero compromettere la continuità del business. Il che non significa le solite coperture di base. Al contrario, un numero crescente di imprenditori sa di essere esposto al *cyber risk*, alle azioni di responsabilità per la sua attività amministrativa, alle cause di lavoro. Si tratta di nuovi rischi e nuove domande di protezioni che richiedono risposte efficaci ed efficienti da parte del brokeraggio», continua Ariagno. «Ma c'è ancora molto da fare. Per esempio, i dati dicono che nei primi tre mesi del 2013 i premi di tutela legale sono scesi di oltre il punto percentuale. Mi sembra una follia: la polizza per le spese giudiziarie dovrebbe essere la più richiesta da chi ha una attività produttiva. Privacy, legge 231, la 891/2008 sono soltanto alcune delle normative che potrebbero avere pesantissime gravi conseguenze per un imprenditore. Evidentemente manca ancora la percezione del rischio. Spetta al broker far capire meglio ai clienti i rischi che corre e di cui non si accorge. La diffusione della cultura assicurativa non è un optional per il broker: fa parte della sua mission».

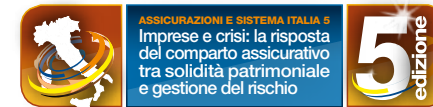
Mercati internazionali Di Giacomo, invece, fa una netta separazione tra due tipi di aziende che, proprio in base alle loro peculiarità, si rapportano in modo diverso con gli intermediari e con le compagnie. «Io distinguerei tra le imprese che esportano più del 30%-40% del fatturato e quelle che producono prevalentemente per il mercato locale», sostiene l'amministratore delegato di De Besi/Di Giacomo. «Chi lavora a livello nazionale, come si sa, sta soffrendo molto. Di conseguenza sta attentissimo ai costi e si riesce con fatica a farlo restare sulle coperture di responsabilità civile, Rc prodotto e qualche D&O. Chi espor-

ta o produce all'estero, invece, è interessato a coperture più ampie (come la *business interruption*, la *supply chain*, la protezione dei rischi dei fornitori, per noi un po' nuova), e ha la capacità di spendere di più di prima. Nel settore dell'export e dei rischi emergenti, il nostro lavoro è agevolato dal network internazionale di cui facciamo parte (i Lloyd's). Confrontandoci con colleghi di tutto il mondo ci si accorge che in quanto a qualità professionale gli italiani non hanno nulla da invidiare agli altri, mentre nelle capacità di assunzioni il nostro mercato ha dei problemi».

Proprio l'apertura ai mercati internazionali, dove si hanno più opportunità di piazzare rischi, per Bosco è uno dei vantaggi competitivi dei broker. «Proprio in questi momenti di incertezze e criticità, una delle carte vincenti del broker è quella di essere un consulente strategico per l'impresa, non un mero intermediario, o, peggio, un piazzista di contratti assicurativi. Consulente strategico perché oggi, nell'era dell'efficienza e del taglio delle spese, la mission è trovare soluzioni economiche e sostenibili per il trasferimento del rischio», ha affermato Bosco. «È un valore aggiunto che un risk manager, come me, da solo non può avere. Io non sono presente sul mercato, non posso conoscere le *best practice* assicurative all'interno dell'*industry* (anche quello che fanno i concorrenti) non so andare a cercare soluzioni di qualità e meno care sul mercato inglese, ameri-

Advisor strategico

«Proprio in questi momenti di incertezze e criticità, una delle carte vincenti del broker è quella di essere un consulente strategico per l'impresa, non un mero intermediario o, peggio, un piazzista di contratti assicurativi», ha affermato Roberto Bosco, risk manager di Mediaset.



cano, tedesco o australiano. Se ogni decisione, ogni attività non può prescindere dall'ottimizzazione dei costi, la *liaison* tra broker e risk management deve essere completa, assoluta. Nel senso che non va limitata a programmi di copertura dei rischi. Per esempio, dare in outsourcing, terziarizzare interi settori di back office, o la parte amministrativa, a un operatore broker fiduciario è un fattore importante per la razionalizzazione interna di una azienda».

Consulente strategico Il broker, insomma, come consulente strategico, coach dell'imprenditore, quasi partner dell'azienda-cliente. Idea che piace a Odepemko. «Si parla ormai da anni di mancanza di cultura assicurativa. Noi nel nostro piccolo, abbiamo cercato di fare qualcosa. Da tre anni abbiamo costituito una società di risk consulting. La sua attività principale è l'informazione: insieme ai nostri legali andiamo nelle aziende a spiegare quali sono, o potrebbero essere, i pericoli legali che corre quella singola realtà produttiva, quali potrebbe sostenere da sola e quali, invece, trasferire a una polizza. L'incontro con la clientela è fondamentale per noi.

Più selezione

«Cerchiamo di convincere l'impresa che non conviene partecipare a 3.000 gare pubbliche di cui 2.900 non verranno aggiudicate», ha testimoniato Marcello de Cristofaro, cfo di Wholesale insurance broker. «In questi tempi occorre scegliere business sostenibili e con un'alta probabilità di essere portati a termine in tempi certi».



E non solo a fini immediatamente commerciali. Riteniamo che l'esatta percezione del rischio sia comunque un risultato importante. Oggi però non basta: in questi ultimi tempi al momento del rinnovo vediamo che qualche azienda cresce, anche esponenzialmente, e molte invece no. È necessario avere un broker che, insieme a noi, trovi le soluzioni per ridurre i costi».

Sulla stessa linea, De Cristofaro: «Oggi il broker è una figura essenziale del mondo assicurativo, vitale nel mondo corporate. È, allo stesso tempo, intermediario, consulente e risk manager e il suo intervento riesce a ottimizzare i costi dell'azienda. Noi che siamo esperti in cauzioni ci mettiamo al fianco del broker specialista e del cliente, dalla lettura del bando alla conclusione dei lavori. Tentiamo di convincere, per esempio, l'impresa che non conviene partecipare a 3.000 gare pubbliche di cui 2.900 non verranno aggiudicate o avranno problemi di realizzazione. In questi tempi occorre scegliere business sostenibili dal punto di vista finanziario e con un'alta probabilità di essere portati a termine in tempi certi», ha detto il chief financial officer di Wholesale insurance broker. «Di questo discutiamo. E anche del prezzo, cercando di spiegare (ma non sempre ci si riesce) che la polizza non è un costo, ma è un investimento che alla lunga porterà benefici. Comunque, le potenzialità di crescita ci sono: il merca-

Dov'è la compagnia?

«Come mai le compagnie italiane non stanno al fianco dei broker e delle Pmi nell'opera di ottimizzazione dei costi», si chiede Mirko Odepemko, responsabile account broker nord ovest e Toscana di Roland.



to europeo delle cauzioni e del *bonding* vive una fase di sviluppo e molti player stranieri guardano con interesse al nostro mercato».

Sanità Secondo Vinci, oltre alle coperture obbligatorie per i professionisti, anche la sanità offre possibilità ai broker: «Non c'è solo la legge Balduzzi: adesso anche la Corte dei conti si è svegliata e, per colpa grave chiama in causa il medico o l'amministratore della struttura sanitaria per danno erariale», ha spiegato l'avvocato. «Si tratta di un campo in cui si aprono nuovi spazi per i broker, sempre se sapranno essere davvero consulenti dei professionisti e delle strutture sanitarie. Le competenze devono essere particolarmente approfondite, anche perché poi bisogna trovare le compagnie che coprano i rischi. Non è un'impresa semplice: gli assicuratori ita-

Non solo la legge Balduzzi

«Non c'è solo la legge Balduzzi: adesso anche la Corte dei conti si è svegliata e, per colpa grave chiama in causa il medico o l'amministratore della struttura sanitaria per danno erariale», ha spiegato Paolo Vinci, avvocato patrocinante in Cassazione.



Competenze

«Far parte di una rete favorisce lo scambio di informazioni su clienti e compagnie, e mette a disposizione competenze interscambiabili, perché non tutti sanno tutto», ha affermato Andrea Di Giacomo, amministratore delegato della società di brokeraggio De Besi/Di Giacomo.

liani si sono ritirati dal settore, sulle imprese straniere occorre fare un audit profondo sulla loro solvibilità».

Broker grossisti Boccadoro ha infine sottolineato alcuni punti condivisi da tutti gli intervenuti: il ruolo di consulente del broker, l'attenta selezione dei rischi, davvero indispensabile perché l'impresa possa continuare l'attività, la mancanza di cultura assicurativa, che richiede anche una maggiore formazione anche degli agenti.

Il segretario di Aiba ha poi chiesto se e come i network e i broker grossisti possano favorire lo sviluppo della categoria e del mercato. «Certamente», ha risposto Allia, «il broker grossista è un sostegno importante per quelle realtà che non hanno certi prodotti o le competenze per rispondere alle esigenze dell'azienda-cliente. I grossisti, soprattutto, supportano la redditività dei piccoli broker, che fanno fatica a reggere la concorrenza dei player internazionali. Le collaborazioni con gli altri iscritti al Rui sono importanti, ma solo se portate avanti nell'ottica della consulenza e nella assoluta trasparenza. Se io collaboro con un altro intermediario devo conoscere la sua solidità finanziaria, la sua storia professionale, le sue peculiarità. E io devo dare a lui le stesse informazioni».

«Far parte di una rete favorisce lo scambio di informazioni su clienti e compagnie, e mette a disposizione competenze interscambiabili, perché non tutti sanno tutto», ha aggiunto Di Giacomo. «Un membro di Eib consortium, di cui facciamo parte, può rivolgersi a me per un problema che non sa risolvere e viceversa. L'importante è che tutto avvenga in una comune visione di consulenza».

Odepemko ha messo in risalto come la discussione avesse affrontato temi importanti, e ha fatto una domanda: «Come mai le compagnie italiane non stanno al fianco dei broker e delle Pmi nell'opera di ottimizzazione dei costi?».