

INTERMEDIARI E PMI: LE OPPORTUNITA' DI BUSINESS NON MANCANO

Quello delle piccole e medie imprese è un modello di business poco assicurato. Eppure gli strumenti per fare affari ci sono. Quali? Se ne è parlato in una tavola rotonda nell'ambito del convegno organizzato dal Giornale delle Assicurazioni, in collaborazione con Aiba.



Scarsa conoscenza dei rischi da parte delle aziende, ricorso limitato alla figura del risk manager, intermediari poco specializzati in alcuni settori (assicurazioni del credito), compagnie che non “gradiscono” fornire la copertura per specifiche esigenze delle imprese. Sono solo alcuni degli ostacoli che frenano lo sviluppo dell’assicurazione nelle aziende e che sono emersi nel corso della tavola rotonda dal titolo *Pmi: un modello di business poco assicurato. Quali strumenti per la tutela e l’assistenza di aziende e lavoratori?*

L’evento (*nelle foto*) si è tenuto ieri, a Milano, nell’ambito della quarta edizione del convegno organizzato dal *Giornale delle Assicurazioni*, in collaborazione con l’Aiba, sul tema *Gestire il rischio per sostenere crescita e lavoro nelle imprese*. Alla tavola rotonda, moderata da **Francesco Paparella**, presidente dell’Aiba, hanno preso parte **Fabrizio Callarà**, amministratore delegato di Aec, **Sergio Corbello**, presidente di Assoprevidenza, **Ernesto De Martinis**, vice direttore generale e direttore commerciale di Coface Assicurazioni, **Claudio Demozzi**, presidente dello Sna, **Marco Oriolo**, vice presidente di Giovani imprenditori di Confindustria, **Pietro Pipitone**, direttore generale di Roland e **Paolo Rubini**, presidente dell’Anra (Associazione nazionale dei risk manager e responsabili assicurazioni aziendali).

IL RUOLO DEGLI INTERMEDIARI - Secondo una ricerca condotta da Interactive Market Research e presentata a margine del convegno, quasi il 67% delle aziende si avvale della consulenza del broker. E gli agenti assicurativi? Come mai fanno fatica a inserirsi? «In effetti quello delle Pmi è un settore che sta sfuggendo dalle prerogative professionali degli agenti», riconosce Demozzi. «E le compagnie stanno contribuendo in un certo senso a questo allontanamento. Come? Semplicemente perché non sono disposte a soddisfare le esigenze più particolari manifestate dalle aziende. È chiaro che in un contesto del genere risulta difficile mantenere quote di mercato in un settore dove i clienti si mostrano, appunto,

esigenti. La colpa, a mio avviso, è dell'industria assicurativa che non evolve e non riesce a stare al passo con i tempi. Gli agenti non devono accettare questo ridimensionamento».

Meno male che in soccorso alle imprese ci pensano le compagnie straniere. In un certo senso è questo il messaggio di Callarà: «La spinta dei grandi mercati come quello dei Lloyd's ha permesso di ovviare alle problematiche legate all'handicap di non poter disporre di soluzioni adeguate in termini di garanzie e di costi», dice. «Io credo che un forte impulso al mercato possa essere dato dal fatto di puntare sulle cosiddette polizze multirischio, attraverso le quali sia possibile con una sola soluzione offrire coperture property, casualty ed Rc. Insomma, un unico contratto che copra tutti i rischi. E' l'unica strada che ci possa consentire di ovviare al problema della sottoassicurazione».

La riforma della previdenza, poi, può fornire un importante contributo in termini di tutela e assistenza ai lavoratori. «L'impresa, fra le altre cose, deve fornire delle coperture nell'ambito previdenziale e parasanitario», dice Corbello. «Penso per esempio alla long term care (garanzia collegata a problemi di non autosufficienza, che scatta nel momento in cui si dovesse perdere la propria capacità a svolgere autonomamente le attività elementari della vita quotidiana, relative a mobilità, alimentazione e igiene personale, ndr)».



RISK MANAGER E ASSICURAZIONE DEL

CREDITO - Altra questione è quella legata alla figura del risk manager. Molte aziende, in un periodo difficile come questo, non hanno le risorse economiche da dedicare a questo aspetto. «In generale, nelle grandi aziende questa è una figura centrale perché spesso viene chiamata in causa», spiega Rubini. «Per quanto riguarda le Pmi non credo che manchi una persona che possa svolgere questo ruolo, ma forse è la cultura d'azienda e manageriale che latita. È necessario allora impegnarsi per ridurre l'asimmetria informativa fra aziende e compagnie. E in questo senso il ruolo del broker e dell'agente è fondamentale».

Ma c'è chi stimola gli intermediari, broker e agenti, a fare di più. È De Martinis, il quale lancia un paio di proposte che certamente sono destinate a fare discutere. «Perché l'attività di risk manager non la fanno gli intermediari attraverso l'outsourcing? E perché per sviluppare per esempio il ramo assicurazione del credito l'intermediario non si specializza? È evidente che esiste un problema di distribuzione: oggi in Italia operano solo 60 agenzie generali e 10 società di brokeraggio. Non vi sembra che siano pochi? E allora non sarebbe forse il caso di ampliare la base degli intermediari?». L'invito di De Martinis è abbastanza chiaro. Agli agenti dice di specializzarsi nell'assicurazione del credito, che a suo dire agevola l'azienda anche nell'accesso al credito bancario: «La banca, quando si trova di fronte un'impresa che protegge il credito utilizza un parametro di valutazione diverso nell'erogazione dei finanziamenti». È più morbida, in altre parole.

LE PROPOSTE DI CONFINDUSTRIA - Sulla conoscenza del rischio si focalizza, invece, Pipitone, che guida una compagnia specializzata nella tutela legale. Una copertura poco utilizzata dalle aziende. «Bisogna aumentare la competenza delle imprese, dove per competenza si intende la conoscenza del rischio. Ebbene, questa si può trasferire solo attraverso la consulenza. Far capire quali sono i rischi consapevoli e quelli non consapevoli. Il riferimento, per esempio, è alla legge 231 (responsabilità di impresa, ndr). Quanti imprenditori sanno che il rischio che si corre è il blocco dell'attività dell'azienda?». E sulla crisi dice. «Non mi fa paura, perché solo in questi momenti viene fuori il più bravo...».

Infine, la parola alle imprese. Oriolo chiede di «intrattenere più rapporti possibili e di creare circoli virtuosi. Confindustria è disponibile a collaborare con tutti. Con Aiba, per esempio, stiamo portando avanti un discorso che riguarda il meridione. Credo che la partita si possa vincere solo giocando insieme. Ma le imprese chiedono un sostegno. E lancio alcune proposte: perché per esempio non si fa un accordo con le compagnie per fare in modo che si possa procedere gratuitamente alla mappatura del rischio delle aziende? E perché non fornire consulenza gratuita agli imprenditori? Oppure non far pagare il premio dell'assicurazione per il primo anno?».

Fabio Sgroi – Direttore Intermedia Channel