

Comunicato stampa

Milano, maggio 2020

## **Agenzie assicurative troppo tradizionali: la digitalizzazione può incrementare ricavi e ridurre i costi, soprattutto in emergenza.**

***Tra i diversi settori colpiti dalla crisi, gli intermediari assicurativi risultano quelli che potrebbero giovare maggiormente dei benefici della digitalizzazione: maggiori ricavi, diversificazione del fatturato, possibilità di emissione a distanza e riduzione dei costi fissi. Il comparatore SOSstariffe.it ha analizzato gli effettivi benefici di modelli digitali per la redditività del canale agenziale.***

Al pari di altri settori tradizionali, l'attuale scenario di emergenza ha messo in grande difficoltà le reti distributive agenziali. Dopo alcune iniziali misure di supporto ritenute inadeguate dagli agenti, le compagnie sono intervenute con sostegni economici concreti. Ma la situazione è grave, complessa e in continua evoluzione.

**Oggi più di prima è necessario razionalizzare adeguatamente i costi e al contempo aumentare i guadagni grazie alle possibilità offerte dal digitale.**

A tal proposito, partendo dalle evidenze di un studio realizzato dal Centro di ricerca dell'Università Cattolica di Milano (CeTIF) in collaborazione con ANAPA sui **modelli operativi e redditività delle agenzie**, il comparatore SOSstariffe.it Business Partner ha calcolato l'impatto concreto del digitale sulle reti agenziali.

### **La redditività delle agenzie assicurative italiane**

Lo Studio è condotto su un campione significativo di oltre 500 agenzie mono (63%) e plurimandatari (37%) distribuite in tutta Italia e analizza la redditività delle agenzie e l'efficacia del loro modello operativo.

Occupandosi del **bilancio di agenzia**, lo studio di CeTIF e ANAPA evidenzia come la quasi totalità dei guadagni agenziali derivi dal comparto provvigionale (di cui il 35-37% Danni Auto) e solo il 5-7% da Rappel e altri incentivi. Il 90% degli incassi è generato mediamente da clientela Retail e solo il 10% da Corporate e PMI. Tra le componenti di costo, invece, ad incidere per quasi la metà sono stipendi (24%) e gestione dei locali (19%).

È facile cogliere da questi dati i primari elementi di difficoltà che hanno afflitto le agenzie in questo particolare

periodo di lockdown: costi di gestione/affitto dei locali commerciali e stipendi per personale che purtroppo non ha potuto lavorare al massimo della produttività.

Quanto agli affitti, è interessante rilevare come oltre la metà del campione ha locali inferiori ai 150mq con canoni variabili. Per il personale, invece, si parla in media di 11 persone di cui 4 amministrativi.

### Analisi delle ore lavorative impiegate nelle agenzie

Molto interessante, a tal riguardo, l'analisi condotta sulla distribuzione del lavoro interno alle agenzie per individuare i punti nodali da ottimizzare.

Emerge chiaramente come **solo poco più della metà del lavoro (56%) interno alle agenzie è dedicato ad Attività commerciali**, mentre il 44% è demandato ad attività amministrative di contabilità e post-vendita. Attività necessarie ma **infruttuose e oggi più che mai demandabili almeno in parte a software o aziende terze**. Dallo studio emerge chiaramente come le agenzie con redditività superiore alla media siano quelle che si sono dotate di strumenti digitali per ottimizzare il lavoro amministrativo e incrementare l'efficacia del processo di vendita e l'offerta di prodotti.

### Il contributo della digitalizzazione

Il processo di digitalizzazione è inesorabile, ma sembra trovare maggiore attrito nei canali agenziali, nonostante alcuni passi avanti compiuti negli ultimi anni. I dati sono chiari.

Se oltre il 62% delle agenzie italiane è presente su almeno un canale Social, quasi la metà (46%) non dispone di un sito web e meno del 20% presidia il canale mobile, oggi il principale canale di accesso ad Internet. Ma da un punto di vista amministrativo le cose non vanno meglio: un terzo degli agenti archivia ancora le polizze esclusivamente in formato cartaceo e solo un decimo (14%) ha digitalizzato completamente l'archiviazione. Anche i **metodi di pagamento** non sono al passo coi tempi. La metà delle polizze vengono pagate ancora con Contanti e Assegni, il 38% con Bonifico e RID e solo il 12% con Carte di Credito su POS dell'Agenzia. Nella maggioranza dei casi i costi di questi strumenti sono tutti a carico dell'Agenzia.

Come si vede, il processo di digitalizzazione delle reti assicurative italiane è ancora da farsi ma l'emergenza

COVID-19 sta accelerando questo processo anche da un punto di vista regolatorio. Il recentissimo **Decreto Rilancio**, ad esempio, prevede all'**art. 36** delle misure temporanee di semplificazione per la stipulazione a distanza dei contratti finanziari ed assicurativi anche solo tramite posta elettronica non certificata.

### [Il contributo della piattaforma Business Partner di SOStariffe.it](#)

In questo quadro, al fine di incrementare la redditività delle agenzie e il loro portafoglio clienti, ridurre i costi amministrativi e agevolare i pagamenti elettronici con POS virtuali, **SOStariffe.it**, uno dei principali comparatori online italiani, ha creato una piattaforma digitale dedicata agli intermediari assicurativi mediante la quale abilita la vendita di prodotti RC Auto (e non solo) delle principali Compagnie Dirette con provvigioni e rappel sopra la media di mercato.

Ma questa piattaforma è molto di più e va incontro ai punti di debolezza emersi nella presente analisi. Dal punto di vista dei **guadagni**, infatti, la piattaforma non si limita ad ampliare considerevolmente l'offerta assicurativa dell'intermediario, ma lo abilita all'intermediazione di altri prodotti *domestici* come contratti ADSL, Luce e Gas. Servizi nella cui distribuzione il comparatore è tra i leader in Italia, con decine di migliaia di contratti venduti.

*"Abbiamo pensato di mettere a disposizione degli intermediari assicurativi anche la nostra grande esperienza di vendita di contratti **luce, gas e internet casa: servizi domestici essenziali, oggi più che mai ricercati dai clienti come mostrano i trend delle ultime due settimane (+50%)** - rivela Roberto Pierri, Manager responsabile della Business Unit Assicurazioni di SOStariffe.it - È un ottimo modo per differenziare i propri guadagni in questo momento particolare. Non c'è bisogno di esperienza specifica. Basta segnalarci l'interesse dei propri clienti in pochi click. A concludere l'acquisto telefonicamente ci pensano i nostri esperti."*

Dal punto di vista della **riduzione dei costi**, invece, la piattaforma funge da vero e proprio gestionale, permettendo al personale delle agenzie di gestire più efficacemente sia la fase di vendita che post-vendita con il supporto costante di un consulente esperto dedicato.

*"SOStariffe è pienamente consapevole degli oneri di gestione di un'agenzia - continua Pierri - e ha pensato un modello che supporti i nostri Intermediari sia da un punto di vista reddituale, con offerta differenziate e provvigioni sopra la media, che gestionale. La tecnologia che mettiamo a disposizione è molto agevole da usare*



*e i nostri Account Manager supportano operativamente gli intermediari nel loro lavoro giornaliero. Ma non è tutto. Stiamo lavorando ad un modello drive-to-store per permettere alle nostre decine di migliaia di clienti online interessati ad un rapporto con gli intermediari a mettersi in contatto con la nostra rete. In questo modo aiutiamo concretamente i nostri intermediari ad ampliare il portafoglio in questo momento di difficoltà”.*

Per maggiori informazioni:

Alessandro Voci

Tel+39.340.53.96.208

E-mail: [ufficiostampa@sostariffe.it](mailto:ufficiostampa@sostariffe.it)

Skype: sostariffe

*SOSTariffe.it è il portale imparziale e gratuito che permette di confrontare tariffe e offerte delle principali utenze domestiche e servizi finanziari: ADSL, Telefonia, Internet, Pay Tv, Energia, Gas, Conti, Mutui, Finanziamenti e prodotti assicurativi. La tecnologia sviluppata garantisce all'utente un confronto personalizzato, accurato e basato sulle proprie esigenze.*