

<https://www.intermediachannel.it/2017/09/11/andrea-sabia-e-il-bene-delle-assicurazioni-seconda-parte/>



Andrea Sabia e il Bene delle assicurazioni (Seconda parte)

📅 11/09/2017



Seconda parte del lungo e articolato colloquio in compagnia di **Andrea Sabia**, fondatore e amministratore delegato di **Bene Assicurazioni**. Sabia, tra le altre cose, ci spiega il perché della creazione di un'agenzia di sottoscrizione collegata a Bene e ci introduce al "**Bene Tour**", iniziativa strutturata in dieci incontri territoriali, in programma durante l'autunno, con una formula che denota una certa cifra di innovazione.

Dottor Sabia, accanto a Bene è stata creata Fit, agenzia di sottoscrizione grossista Coverholder Lloyd's e prima società benefit nel comparto assicurativo. Quali sono le peculiarità e gli elementi distintivi che la caratterizzano?

FIT è la Managing General Agency controllata al 100% dal **Gruppo Assicurativo Bene**. È un intermediario grossista, focalizzato nelle linee speciali d'affari, attraverso una piattaforma tecnologica con architettura di prodotti aperta e multispecialistica. L'offerta è, per sua natura, dinamica, in continua evoluzione, ad alta differenziazione e non comparabile con i competitor tradizionali.

Quello che l'agente professionista ha sempre desiderato e cercato con molto dispendio di energia e tempo, ora è disponibile, integrato in un unico sistema informativo a disposizione dei partner di Bene, con un semplice clic. Una gamma completa di linee speciali d'affari, sempre a disposizione sulla piattaforma di emissione, e appositamente selezionata tra i big players dell'assicurazione mondiale, che non operano in Italia con agenti e offerta da FIT. In aggiunta, FIT sarà ufficialmente da questo mese anche Coverholder **Lloyd's**, abilitata, quindi, anche ad offrire una gamma dedicata di "*affari speciali*", oltre che l'accesso diretto al Lloyd's Open Market, che potremo mettere a disposizione, in determinati casi meritevoli, anche di collaborazioni orizzontali A con A che prescindano dal mandato diretto con Bene.

Essere poi una società Benefit vuol dire cogliere e interpretare i vantaggi e le opportunità che una nuova norma di Legge pone in Italia, primo paese a livello UE, mutuando il concetto dal contesto delle Benefit Corporation americane. E noi non potevamo non essere la prima assicurazione nel nostro Paese a prenderci la responsabilità anche di questa importante innovazione.

Digitalizzare significa disintermediare o cos'altro, più comprensibilmente?

Escluderei in maniera assoluta che questo concetto significhi disintermediare. Penso invece che l'utilizzo delle nuove tecnologie, con una visione integrata dei bisogni del cliente, permetta finalmente una maggiore efficienza operativa e la massima efficacia commerciale, con l'integrazione di flussi e prodotti per arricchire l'offerta multispecialistica a disposizione di ogni nostro agente.

Ma per questo serve una tecnologia amica, che agevoli il cambiamento nel comparto assicurativo e la ricerca di nuove opportunità di business, quando il cliente ha davvero bisogno della soluzione proposta. Chi l'ha detto che nelle assicurazioni sia difficile innovare? È un fatto mentale. Di attitudine imprenditoriale, che non può avere chi ha sempre vissuto di rendita o di prebende.

Per noi, ripeto, il digitale è anche un canale di vendita per bisogni particolari e nicchie di clienti che cercano un'immediatezza che non pregiudichi la qualità e che si concretizzi quando "*serve assicurarsi*". Ma proprio per questo è anche al tempo stesso un prezioso "*alleato*" degli agenti, per condividere i nuovi clienti acquisiti, interessati alla consulenza per soluzioni specialistiche o complesse.

Bene non vivrà di trend o di mode, ma pensa di avere le giuste competenze per leggere il mercato e anticipare gli scenari con cui esso si muoverà ed è per questo che uno dei cardini del suo progetto è quello di contribuire fattivamente a colmare il "*digital divide*" dei professionisti della distribuzione, aiutando a far crescere una vera e propria elite di intermediari con l'uso più semplice possibile delle nuove tecnologie. Insomma, un approccio da "*Tech Company*"!

Lei ha legato il suo nome ad una storia originale. E' stato un agente di successo che ad un certo punto della sua carriera ha ricevuto l'incarico di "inventarsi" da zero un'impresa assicurativa, facendola diventare la best performer degli ultimi anni. Ora rilancia una scommessa imprenditoriale ancora più ambiziosa, perché imperniata sull'esigenza dichiarata di portare innovazione nel mercato. E' un rischio o un vantaggio questa personalizzazione delle esperienze imprenditoriali che la coinvolgono?

Che domande... certo che è un vantaggio. Si chiama curva d'esperienza quella particolare competenza che il cumulo di attività svolte nel tempo da un manager lo porta a combinare la naturale proattività e intuizione imprenditoriale con la memoria degli errori fatti e la capitalizzazione del know how acquisito. In questo senso in Bene esiste un solido team manageriale che assieme a me ha promosso l'operazione sin dalla sua fondazione. Un gruppo di lavoro affiatato, determinato ed esperto, fatto di persone perbene. A me il ruolo di coniugare la visione strategica con la corretta realizzazione del piano industriale, mitigando le criticità, grazie alle mie precedenti esperienze da lei richiamate, e lasciando ai manager di linea che sono a mio avviso anche profondi conoscitori sul campo del mondo agenziale, il compito di realizzare il nostro ambizioso disegno.

Ecco, parliamo di governance. Perché un professore universitario emerito di matematica finanziaria, come presidente?

Abbiamo pensato ad un programma di incontri in cui ci confronteremo con una ampia platea di intermediari interessati e motivati, anche nel mondo dei giovani subagenti iscritti in E, informaticamente avanzati e pronti a fare il “salto”, a proposito dei cambiamenti in atto, delle opportunità, dei nuovi benefici e soprattutto dell'importanza di avere quale interlocutore una mandante appartenente ad un gruppo industriale solido, sano, esperto e di comprovata reputazione al proprio fianco, per cogliere con il “vento in poppa” la sfida della smart agency di domani.

Affronteremo questi argomenti con il contributo di un selezionato panel composto da opinion maker e autorevoli protagonisti delle nostre società partner. Dieci incontri sull'intero territorio italiano, ben descritti nel nostro sito istituzionale per saperne di più e concorrere a ripensare la professione di intermediario assicurativo con fiducia ed ottimismo nel futuro delle assicurazioni in Italia.

Bene, gli agenti e le relazioni con (i sindacati) le associazioni di categoria e i corpi intermedi. Che cosa si aspetta?

Più che aspettarci noi qualcosa, direi invece che spetta a noi impegnarci a riconoscere il ruolo di chi rappresenta pezzi importanti del mercato, proprio a partire dalle associazioni professionali di categoria, soprattutto quelle più evolute e meno legate a schemi ideologici del passato, fondati a volte sulla pregiudiziale e nociva contrapposizione tra parti sociali, ove parole come “partenariato” o “allineamento di interessi” sono ancora concetti poco praticati e conosciuti.

Noi siamo un soggetto nuovo entrante sul mercato, ricco di idee e progetti validati da grandi gruppi internazionali, ma abbiamo bisogno (più che il dovere) di ascoltare soprattutto gli agenti, ai quali vogliamo garantire con onestà intellettuale tutta l'apertura possibile al confronto e al dialogo costruttivo e fattuale, purchè ciò non voglia dire fermare le idee e la spinta all'innovazione. Che sono poi l'elemento costitutivo del progetto di Bene e l'unica possibile ragione di un futuro auspicabile successo della compagnia e del suo programma di lavoro, peraltro ormai solidamente avviato con le prime cento agenzie già operative, in questi primi mesi di avvio delle operazioni. Tutto perfettamente in linea con il nostro piano industriale.

Azzardi una previsione. Come cambierà l'assicurazione da qui ai prossimi dieci anni?

Diventerà un servizio utile, molto più vicino al consumatore, e in questo senso percepito come supporto alla sicurezza di privati e attività, che si acquista come altri beni e servizi durevoli, attraverso la fiducia in marchi riconosciuti come affidabili, in organizzazioni portatrici di storie positive e strumenti che facilitino l'esperienza del cliente. Ci saranno naturalmente ancora, e a pieno titolo, gli agenti e figure di intermediari professionali, probabilmente con un bagaglio di conoscenze molto più evoluto dell'attuale, che andranno ancora a trovare i clienti magari con la propria auto elettrica e a guida autonoma (e magari senza polizza RCA del proprietario...) dediti a risolvere problemi complessi, che richiedono consulenza specialistica, offerta da un professionista credibile e autorevole per la sua competenza, mentre per i prodotti o operatività più semplice basterà un collegamento video o una chatbot. In un mondo completamente digitalizzato come quello del 2027 chi se non un assicuratore avrà titolo per parlare di gestione, prevenzione e trattamento di tutti quei nuovi rischi che la new wave digitale comporterà?

Lei penserà forse che sono un visionario nel cui cuore batte ancora forte l'animo dell'agente che è stato, ma creda, proprio da organi d'informazione equilibrati e competenti come **Intermedia Channel** io mi aspetto un contributo continuo al cambiamento culturale della categoria degli agenti (*e noi raccogliamo la “sfida”, dottor Sabia, come abbiamo sempre cercato di fare fin dal primo articolo pubblicato – ndIMC*). Se così tutti faremo la nostra parte, ci aspetta un futuro migliore per questa professione. Lunga vita agli agenti!

Intermedia Channel