

## L'AGENTE DEL FUTURO

*Intervista a Mario Cipriano, titolare in società dell'Agenzia AAeAA Consulting Srl di Modena, membro della commissione tecnica Auto di Unipol e socio Uea*



Mario Cipriano

Mario Cipriano ha quella passione per la vita che si riflette quasi automaticamente nell'impegno professionale facendo sì che ogni tema, dalla gestione dei rischi alla redditività di Agenzia, risulti cruciale e divenga oggetto di studio

e riflessione. Conosciamolo a partire dalle origini, per scoprire cosa significhi guardare al futuro con gli occhi di chi intende cambiarlo.

### **Cosa sognava di fare da bambino, l'oggi quarantacinquenne Mario Cipriano?**

Non ricordo una spiccata ambizione verso una professione in particolare, ma una cosa è certa: ho sempre avuto una grande motivazione all'ideazione e costruzione di tutto quello che poteva servirmi, nel gioco come nello studio e negli hobby. Quindi se non avessi cominciato da giovanissimo a fare l'assicuratore magari avrei cercato un mestiere in cui dare libero sfogo a questa attitudine, e forse è per questo che in questi anni ho sempre partecipato alle commissioni tecniche dei gruppi agenti e ho mantenuto una certa propensione per la artigianalità, per il saper fare.

### **Allora come e perché è diventato agente?**

Fin da piccolo si può dire che abbia respirato aria di polizze perché mio padre era titolare di un'agenzia a Mantova, ma di fatto, dopo aver partecipato a diversi corsi Ifa (oggi Irsa), nel 1987 ho iniziato come produttore in Unipol, poi ho rilevato una subagenzia ottenendo due anni dopo il titolo equipollente

per l'iscrizione alla prima sezione dell'albo agenti. Nel febbraio 1991 ho acquisito il mandato di agente generale con l'allora Lloyd Adriatico, un'esperienza bellissima e molto formativa perché si trattava di un'agenzia medio-piccola in cui ho avuto modo di ricoprire tutte le mansioni. Ricordo che già allora, agli albori della liberalizzazione, vedevo un futuro di deregolamentazione dei mercati e cominciavo a percepire l'esigenza di informatizzare l'attività di agenzia.

### **Cosa ha costruito oggi e quali progetti ha per il futuro?**

Dal primo gennaio del 2000 ho rilevato insieme ad altri soci un'agenzia modenese fondata negli anni Sessanta, da quattro anni operiamo in plurimandato rappresentando cinque compagnie leader nei rispettivi ambiti - Unipol, Aviva, Europ Assistance, AIG Europ Limited e ARCH Insurance Company (Europe) Ltd. - impiegando sette dipendenti e una decina di collaboratori intermediari iscritti in sezione E.

### **Un accanito sostenitore del plurimandato dunque?**

Diciamo che a mio avviso oggi non si può più prescindere dall'essere plurimandatari, purché non si tratti di collezionare mandati come le figurine Panini, ma di una scelta consapevole e "agita" in funzione delle specificità delle compagnie. Soprattutto per alcune categorie di rischi, come quelli professionali, o quelli inerenti l'ambito legale e sanitario, avere a disposizione prodotti specialistici, frutto del know how di compagnie che si occupano specificamente ed esclusivamente di quella materia, può consentire all'intermediario di soddisfare al meglio le esigenze del cliente.

**Cosa consiglierebbe oggi ad un giovane che vuole intraprendere la carriera di intermediario?**

Sicuramente di non cedere alla difficoltà che indubbiamente incontrerà lungo il percorso, di non perdere mai l'entusiasmo e la voglia di imparare e aggiornarsi quotidianamente, di non fidarsi di chi offre soluzioni preconfezionate e di cercare con lucidità e determinazione una propria strada. Ho imparato sulla mia pelle che le risposte vanno ricercate nelle polizze, nelle tariffe e nelle norme, ovvero nel bagaglio di esperienze che continuamente ognuno ha alimentato nel corso degli anni.

**Per descrivere il rapporto tra cittadini e assicurazioni, si usa spesso la parola fiducia ed oggi sempre più di frequente si rileva come scandali ed errori abbiano in parte compromesso questo rapporto. Lei cosa ne pensa?**

Innanzitutto credo che la fiducia vada intesa in modo reciproco e dinamico, come qualcosa che dipende da entrambe le parti e si sviluppa nel tempo, alimentandosi di tante piccole azioni, risposte e soluzioni che vanno a comporre un patto tra assicuratore e assicurato che è poi ciò che davvero ci distingue e ci permette di vincere, ancora, la sfida rispetto ai canali alternativi. Il consumatore, sia esso un individuo, una famiglia o un'azienda, deve

poter essere sicuro che prima di comprare una polizza, ha acquistato un servizio, un'analisi seria e approfondita dei propri rischi, una valutazione accurata e misurata sulle sue specifiche esigenze e, in caso di bisogno, una tempestiva ed efficiente gestione dei sinistri. Questi sono i veri elementi distintivi dell'intermediazione professionale ed è su questo che dobbiamo costruire rapporti di fidelizzazione contro le politiche prevalentemente incentrate sul best pricing portate avanti da compagnie dirette e comparatori internet.

**Com'è cambiato il mondo dell'intermediazione e quale ruolo vede per l'intermediario del futuro?**

Io individuerei alcuni processi che hanno contribuito a determinare la destabilizzazione dei vecchi crismi di "impresa agenzia". Sicuramente le novità normative introdotte in sede europea e recepite dal legislatore italiano, ma anche l'aumento delle incombenze burocratiche poste in capo all'agente imprenditore, correlate al progressivo trasferimento di oneri da parte delle compagnie, che tolgono tempo e risorse alla proposizione commerciale e alla relazione col cliente. In sostanza lavoriamo di più rispetto al passato, ma dedichiamo meno tempo alle attività che costituiscono il nostro vero core business e conseguentemente la redditività delle agenzie ne risen-



Mario Cipriano con i soci Claudio Prandi (il primo alla sua destra) e Roberto Rovatti e le impiegate Francesca, Eleonora, Alice, Letizia, Simona, Fiorella e Lorella



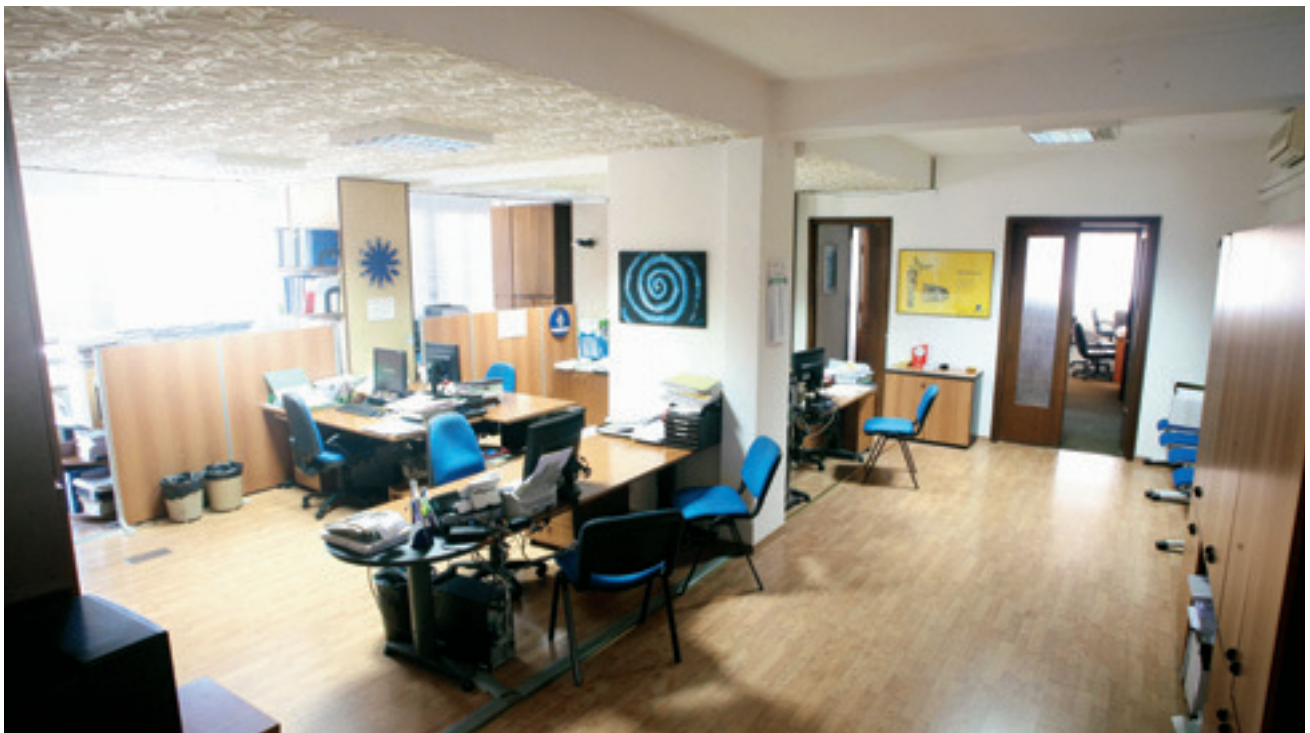
te in modo significativo. A mio avviso oggi l'agente deve operare una scelta: o continuare in questa direzione, sperando che sia il contesto a cambiare, oppure cavalcare in prima persona il cambiamento. E questo si può fare solo seguendo due direttrici: l'efficientamento di tutti i processi di gestione e controllo allo scopo di liberare risorse e, una volta recuperato un po' di margine, lo sviluppo di una seria pianificazione commerciale finalizzata al risk management. Fondamentale sarà dunque procedere ad un'analisi puntuale del proprio portafoglio attraverso strumenti tecnologici che consentano di avere precisi indicatori numerici su cui costruire target e strategie di marketing. Investire nelle nuove tecnologie diventerà sempre più fondamentale, per informatizzare i processi, per ottemperare alle evoluzioni normative e per costruirsi una propria presenza sul web e sui nuovi spazi "social" capace di intercettare i bisogni dei clienti quando e dove si manifestano. Non dobbiamo temere internet, ma al contrario riuscire a sfruttarlo appieno per offrire al cliente ulteriori canali di contatto, di informazioni e divulgazione di contenuti qualificati. Per il prossimo futuro, la mia personale mission aziendale sarà quella di dare al cliente la possibilità di scegliere la modalità di comunicazione a lui più congeniale con la sicurezza di trovare lo stesso grado di attenzione e professionalità sia che si relazioni con me attraverso i social media, il sito internet, Skype o mail, sia che venga a trovarmi in agenzia.



*In questa pagina due immagini della sede dell'Agenzia AAeAA Consulting Srl di Modena (esterno e interno)*

### Qual è la sua opinione sulla recente Legge sulle Collaborazioni?

Si tratta di una svolta epocale che consentirà a tutti di vendere "di tutto e di tutti" e che, come ogni cambiamento, nasconde insidie ed evidenzia opportunità. Da un lato infatti questa legge toglie le briglie



agli intermediari consentendo loro di perseguire nuovi modelli di business al fine di incrementare una competitività foriera di benefici anche per i consumatori; dall'altro la multiofferta porrà nuove criticità a livello gestionale che gli agenti, a differenza dei broker, non sono preparati ad affrontare. Inoltre, il fatto di lavorare con più brand avrà inevitabilmente delle ripercussioni in termini di compliance e di controllo dei processi di gestione. Per questi fattori, non credo che le collaborazioni possano essere considerate "la soluzione", ma piuttosto uno "strumento" da utilizzare, almeno nel primo periodo, in determinate circostanze.

**Il prossimo Congresso nazionale Uea si occuperà tra le altre cose di eventi catastrofali. Il modenese è stato uno dei territori più colpiti dal sisma dello scorso maggio in Emilia. Cosa si può fare per promuovere una più moderna cultura del rischio in Italia?**

Purtroppo nel nostro paese i ragionamenti sui rischi vengono sempre fatti ex post, ovvero dopo che i buoi sono già scappati, come dimostra anche l'ultimo sisma occorso in Emilia Romagna. Eppure, anche alla luce della Legge 231/2001, ogni impresa e conseguentemente ogni persona dovrebbe essere consapevole che una corretta individuazione e gestione dei rischi è una garanzia di solidità nel tempo. Ma evidentemente non è sufficiente legiferare, occorre creare un circolo virtuoso tra cittadini, Stato e assicurazioni attraverso sgravi e incentivi, istituendo un sistema unificato di certificazioni relativo al ciclo produttivo, ai controlli e alla sostenibilità dell'azienda sul modello, ad esempio, della normativa UNI.

Per quanto riguarda il recente terremoto, solo una minima parte dei beni delle imprese erano assicurati e pochissime aziende potevano vantare reali coperture sulle effettive conseguenze dei danni indiretti con ripercussioni gravissime sull'attività produttiva. Nel nostro piccolo, la nostra agenzia, grazie al contributo di tutti, è riuscita a far ripartire diverse realtà profondamente menomate e al 31 dicembre 2012 abbiamo chiuso la totalità dei sinistri per un ammontare complessivo di 3,5 milioni di euro di danni.

**Com'è cominciata la sua storia in Uea?**

Ho sempre pensato che per poter lavorare in "sicurezza" si debba quotidianamente investire una parte del proprio tempo nello studio. Se poi si vuole



progredire ancor più ed elevarsi rispetto alle proprie aspettative, occorre anche contestualizzare il tutto in ottica diversa e spesso Uea, grazie ai viaggi studio ed all'osservazione dei mercati europei, mi ha dato spunti su cui riflettere e obiettivi a cui puntare. Per questo, essendo da tempo Uea molto sensibile alla diffusione della cultura del rischio in Italia, ho ritenuto molto formativo aderirvi anche se solo da qualche anno.

**Quali altri temi secondo lei dovrebbe approfondire Uea nel prossimo futuro?**

Personalmente credo che una delle emergenze che esploderanno nei prossimi anni sia quella relativa ai danni ambientali e ancora più nello specifico il riferimento è alle problematiche legate all'amianto. Si tratta di un argomento che mi sta particolarmente a cuore per la presenza a Rubiera, paese del reggiano non distante dalla mia agenzia, di uno degli stabilimenti Eternit italiani, ma soprattutto perché, posto che le questioni giudiziarie sono tuttora in corso, per le persone che hanno già subito la contaminazione purtroppo non si può più intervenire, ma molto si può fare per tutelare le generazioni future. Non si può rimanere indifferenti di fronte al fatto che i nostri figli e nipoti continuano a frequentare asili, scuole, palestre e uffici potenzialmente a rischio e noi non ne siamo consapevoli. Infatti uno degli aspetti più delicati riguarda la denuncia alle autorità competenti degli edifici contaminati per far scattare le operazioni di bonifica e l'ampiezza dei rischi connessi a questa materia impone una riflessione approfondita e il coinvolgimento di tutti i soggetti a vario titolo coinvolti. Credo che Uea potrebbe utilmente adoperarsi in questo senso riuscendo ancora una volta, come da sua mission, a proporre con tempestività ed efficacia un confronto aperto e di alto profilo scientifico.