

Bancassicurazione nelle banche locali, il vero concorrente delle reti agenziali

Esplorando 3 practice di successo della bancassicurazione presso le banche locali

di Marcella Frati

Tutti sanno che il business della bancassicurazione è in crisi e, se lo è anche tutto il mercato vita, la “colpa” è soprattutto infatti della bancassicurazione.

Il rallentamento delle polizze vita vendute in banca nel 2008 (iniziato soprattutto da aprile) è stato importante, e valutato a fine anno intorno al 30-35%, con banche che hanno fatto anche solo la metà della produzione 2007.

Questo declino, come già sottolineato più volte, non è dovuto soltanto alle difficoltà del prodotto index-linked, colpito pesantemente dalla crisi bancaria, ma a tutto il “concept” del business bancassicurazione basato prevalentemente su due linee di prodotto (almeno negli ultimi anni): prodotti di investimento e coperture assicurative legate ai mutui e ai prestiti. Anche quest’ultima linea di business, per la prima volta, ha sperimentato un rallentamento della raccolta premi nella ultima parte del 2008, dovuto, in particolare, alla frenata nell’erogazione dei mutui soprattutto da parte delle grandi banche.

In sintesi, la maggior parte dei bancassicuratori, sembra non essere in grado, a quasi 20 anni dallo sviluppo di questo business, di vendere e fare consulenza ai propri clienti su prodotti che non siano prodotti di investimento o coperture “da appiccicare” a finanziamenti. Circa i prodotti danni, sono poche le banche che possono essere orgogliose dei risultati nelle coperture infortuni, responsabilità civile, multirischi abitazione o salute.

Guardando meglio “dentro” al mercato della bancassicurazione, oggi più che nel passato emergono due mercati ben distinti, ovvero quello delle grandi banche e quello delle banche locali, che sono caratterizzate da modelli di offerta e da dinamiche di crescita diverse rispetto a quelli dei più importanti operatori.

La cosa subito da condividere con voi è che la bancassicurazione

nelle banche locali non è in difficoltà come quella delle grandi banche, anzi è stata caratterizzata da un buon 2008 (sia nel vita che nei danni) e ha fondate prospettive di crescita nel 2009 (così lo testimoniano i primi risultati dell’anno in corso).

Se si guardano solo i dati ufficiali di mercato elaborati da ANIA, i risultati delle banche locali “si perdono” però nella media del mercato bancassicurazione.

Se le banche locali sono in controtendenza, ciò è dovuto a un modello di fare bancassicurazione diverso, più di valore sia per la banca che per il cliente. Innanzitutto l’offerta è più ampia sia nei prodotti vita che danni, e in questa area le banche rappresentano le vere concorrenti degli agenti, soprattutto nei rami danni (in particolare nelle polizze auto retail).

Molte banche locali infatti offrono ai propri clienti messaggi “forti” di servizio e di prodotto per ogni esigenza, a tariffe vantaggiose con cui spesso l’agente locale o subagente locale non riesce a competere.

Un esempio è la Banca CR Asti, che

ha creato il concetto “assicurarsi a prima vista”, il cui messaggio è: *“Ti aspettiamo, come sempre, con tutta la nostra consueta disponibilità e professionalità per discutere i tuoi progetti assicurativi”*. In ogni filiale della banca esiste un’area dedicata ad “assicurarsi a prima vista”. In caso di sinistro, la banca offre la presenza del liquidatore in sede; periti professionali sul territorio, carrozzerie e centri convenzionati per il rimborso diretto del danno subito.

Fino a poco tempo fa, era abbastanza diffuso che la banca locale sviluppasse sinergie operative con agenti locali importanti, per gestire il cliente al meglio. Oggi sembra venire meno questo fenomeno, anche perché esistono sempre più compagnie o di proprietà o con cui fare partnership che offrono servizi e operatività “user friendly” per la banca locale.

Vorrei condividere con voi tre practice significative di bancassicurazione nelle banche locali.

- **Banca Etruria:** un esempio da monitorare di banca che sta facendo della bancassicurazione un business su cui crescere in modo importante. Innanzitutto nel 2008 la raccolta vita fatta attraverso la propria compagnia captive Bancassurance Popolari, è stata caratterizzata da un incremento intorno al 15%. Il mix delle polizze vendute sembra essere ben equilibrato fra prodotti di investimento, risparmio e protezione. Il target dei clienti è rappresentato sia dalla clientela retail che dalle piccole-medie imprese. Banca Etruria ha anche sviluppato una offerta danni completa per i suoi clienti sia di prodotti di più facile vendibilità allo sportello, tramite la propria compagnia danni, sia di prodotti più complessi proposti alla clientela tramite la propria società di brokeraggio. In questo ultimo caso, ogni filiale sul territorio può usufruire della consulenza di esperti assicurativi da mettere a disposizione ai propri clienti.

- **Assimoco:** molte delle banche di credito cooperativo che lavorano con Assimoco, sono riuscite a mantenere la produzione sui livelli del 2007 sia nel vita che nei danni e anche in diversi casi a crescere. Rispetto al passato il 2008 è stato caratterizzato da una maggiore vendita di polizze tradizionali in gestione separata e delle temporanee caso morte. Le coperture danni per la famiglia sono ampie, ma forse lo sono ancora di più le coperture che Assimoco ha realizzato per la piccola-media im-

prenditoria locale (ad esempio artigiani, agricoltori, amministratori di società...). L’efficienza informatica, le operazioni di comunicazione, come ad esempio l’organizzazione di Assimoco Day fra BCC e compagnia, sono state fondamentali per far sì che il business di Assimoco con le banche di credito cooperativo si stia sviluppando in modo positivo in questo contesto di crisi generale.

- **Banca Tercas-Groupama:** Tercas è stata caratterizzata da un ottimo 2008 nel business vita. La raccolta premi è più che duplicata rispetto al 2007 con un business mix ben equilibrato fra prodotti di investimento e risparmio. Tercas ha l’obiettivo di rafforzare la propria offerta vita danni e previdenza, avvalendosi della esperienza di Groupama, per diventare sempre più il punto di riferimento per le esigenze assicurative nel proprio territorio. Nel corso del 2009 sarà svolta un’importante e innovativa attività di formazione e aggiornamento professionale al fine di migliorare il rapporto consulenziale nei confronti dei clienti. Il lancio di nuovi prodotti rivolti al mondo dell’agricoltura e delle pmi completano gli obiettivi per i prossimi mesi.

Marcella Frati

Director NMG Financial Services Consulting,
marcella.frati@nmg-group.com.

Utile a sapersi

Responsabilità dei padroni e committenti – Condizioni – Inserimento dell’agente nell’impresa – Sufficienza – Conseguenze (c.c. articolo 2049)

La responsabilità del preponente ai sensi dell’articolo 2049 del c.c. sorge per il solo fatto dell’inserimento dell’agente nell’impresa senza che assumano rilievo né la continuità dell’incarico affidatogli, né l’esistenza di un rapporto di lavoro subordinato. È sufficiente che il comportamento illecito del preposto sia stato agevolato o reso possibile dalle incombenze a lui demandate dall’imprenditore e che il commesso abbia svolto la sua attività sotto il controllo del primo.

Cassazione civile, sezione III, sentenza 22 giugno 2007 n. 14578 – Pres. Nicastrò; Rel. D’Amico; Pm (conf.) Marinelli; in “Responsabilità e Risarcimento” n. 9 – ottobre 2007