

## Carta sul digitale

### Preambolo

La Commissione degli Agenti del BIPAR ha fissato dei principi generali che richiamano il ruolo dell'agente di assicurazione nella relazione con i clienti nell'attuale contesto di digitalizzazione e di molteplicità dei canali di distribuzione assicurativa.

L'obiettivo di questa Carta è di affermare il valore aggiunto dell'agente assicurativo nei confronti delle compagnie di assicurazione e dei clienti, in un contesto di trasformazione della distribuzione assicurativa.

L'agente di assicurazione è un interlocutore riconosciuto per la sua professionalità e la sua competenza tecnica, che sono la primaria forma di tutela dei consumatori. Inoltre garantisce alle compagnie di assicurazione un servizio di prossimità e di qualità nello svolgimento delle procedure relative alla sottoscrizione dei rischi, all'adattamento delle garanzie e naturalmente nella gestione della relazione con i clienti.

L'agente assicurativo è il mandatario della compagnia di assicurazione e la rappresenta nei confronti degli assicurati; è fondamentale che possa realmente adempiere il suo mandato grazie a processi di comunicazione moderni, nell'ambito della relazione con i clienti, ma anche rispetto alla sua mandante.

### Principi

È essenziale creare le condizioni per un nuovo modello di distribuzione che massimizzi le opportunità consentite dalla digitalizzazione (semplificazioni amministrative, nuovi flussi di clienti ...)

Le compagnie e le rappresentanze degli agenti devono discutere preliminarmente dei progetti di digitalizzazione e condividere le loro esperienze specifiche relative ai loro ruoli complementari. La necessità è quella di accompagnare un cambiamento societario, spesso standardizzato ed impersonale, per tendere verso un rapporto più umano, adattato alle esigenze di ogni cliente. L'agente di assicurazione è sempre stato il "volto umano" della compagnia assicurativa presso il cliente, il che riveste un significato sempre più importante in presenza di nuovi sistemi di comunicazione e di scambi in via diretta e a distanza.

E' fondamentale rispettare le specificità nazionali degli agenti e la loro libertà di organizzare la loro agenzia.

L'agenzia è l'interlocutore centrale della relazione con i clienti e costituisce il nesso tra il cliente e la compagnia, rimanendo indipendente nella sua gestione. Richiede tuttavia un investimento in termini di risorse, di organizzazione, di formazione e di digitalizzazione.

La digitalizzazione non è funzionale alla riduzione del reddito di agenzia; la possibile diminuzione dei costi di distribuzione nonché l'eventuale ottimizzazione delle procedure amministrative dovrebbero consentire di far crescere la competitività.