

La distribuzione assicurativa e la “Teoria dei giochi”

La ricetta di un premio Nobel per il nostro settore

(Antonio Invernici

Blue Underwriting Agency

“Unilateralmente possiamo solo evitare il peggio, mentre, per raggiungere il meglio, abbiamo bisogno di cooperazione” (John Nash)

Stiamo tutti vivendo una fase economica di difficile comprensione. Complessa a livello politico, sociologico, globale così come nelle specificità del nostro settore: un segmento che resta privilegiato rispetto ad altri, anche se può sembrare un'affermazione ironica alla luce di quanto viviamo quotidianamente.

Nella realtà gli indicatori finanziari raccontano di un segmento che, se da una

parte segna calma piatta in termini di crescita, dall'altro conferma indici di continuità delle imprese, di redditività, di prospettiva – a breve e lungo termine – decisamente superiori a quasi tutti gli altri.

Nessuno dei soggetti attivi sul campo sta realmente vincendo o, peggio, schiacciando gli altri, portandoli a contrazione o semplicemente ad accontentarsi.

Le Compagnie non riescono a imporre i propri (?) modelli, e viene da chiedersi se, stante la modestissima capacità d'innovazione che verificiamo tutti i giorni, non siano colpevoli vittime di una sorta di miope trascinamento reciproco.



Le Banche provano periodicamente a riproporsi, incidendo peraltro pochissimo. Provate – per curiosità – a leggere quelle che sembravano dover essere le prospettive d’impatto degli Istituti di Credito nel “nostro” settore a metà degli anni ’80.

Noi, intermediari e consulenti... anzi, devo rettificare nel rispetto della IDD, noi “distributori” ci fondiamo, ci scindiamo, ci riuniamo in consorzi, proviamo ad agire in ambiti differenti ma resistiamo, comunque, con qualità e forza.

Il Cliente continua a capire poco e nulla di quanto acquisti, malgrado le valanghe di carta di cui ha conquistato infelice-mente diritto, e si affida ancora alle persone di cui ha stima (reputazione, ne abbiamo parlato nello scorso numero).

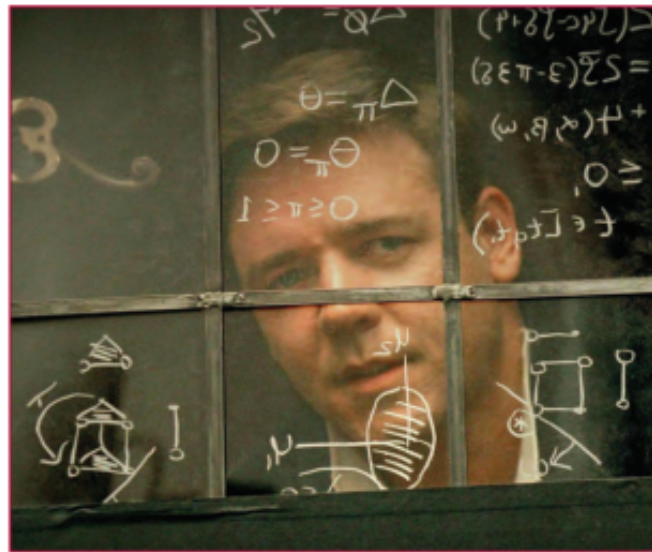
Il regolamentatore, prima italiano e poi europeo, prova goffamente a rendere più chiari e trasparenti i meccanismi, senza sortire alcun effetto concreto.

Quello che, in generale, predomina è la percezione di “vivere di risposta”, di esser sempre a inseguire una norma, la proposta di un concorrente, la schizofrenia di una Compagnia, non avendo mai la possibilità di essere tattici né tantomeno strategici. La sensazione di dovere adempire, adeguarsi, rincorrere senza avere la concreta opportunità di portare la nostra barca dove vogliamo.

Ogni imprenditore invece sa di non potere agire indipendentemente da come operano i concorrenti o – più in generale – tutti gli *stakeholder*, siano questi gli iperattivi regolatori, i fornitori (se noi consulenti siamo definiti “distributori” potremo ben chiamare “fornitori” le Compagnie) e persino, anzi soprattutto, i Clienti.

Non è un fattore nuovo di riflessione, anzi di preoccupazione. Non si può entrare in un mercato senza conoscerlo, senza provare a prevedere che tipo di reazioni potrebbe generare. Non si può cambiare un prezzo senza immaginare cosa faranno i concorrenti.

Si tratta di qualcosa che ogni mercante, artigiano, industriale o produttore sa e dovrebbe fare, da sempre, con l’aggravamento del momento storico che stiamo vivendo, in cui i sistemi e le strutture su cui operiamo sono, di giorno in giorno, sempre più articolati e rapidi nell’evolversi.



Vanno operate scelte. Seguire il flusso, non mantenere e perseguire la propria visione è pericoloso o comunque dannoso. Cosa fare però di fronte a parametri così incerti, a trame difficilmente distribuibili, a un numero così elevato di variabili?

Al tavolo sono seduti soggetti eterogenei, che agiscono gli uni in conseguenza degli altri, sulla scorta di elementi spesso incerti e di percezioni non oggettive, nella ricerca del massimo utile per sé, senza valutare le conseguenze sugli altri.

Cambiano gli attori, muta il segmento, si evolvono i tempi, ma la necessità di voler provare a trovare un equilibrio, necessario e vincente per tutti è divenuto – vista la complessità – addirittura oggetto di studi matematici.

Siamo ben lontani dal voler proporre in questa sede una disquisizione teorica, probabilmente inutile e certamente noiosa. Quello che conta è che al di là di complicate equazioni, la lettura finale di settant’anni di approfondimenti accademici è sorprendentemente chiara e pratica, persino pragmatica.

L’obiettivo di questi scienziati, a metà tra matematici ed economisti, è quello di riuscire a comprendere una situazione interattiva dove diversi soggetti si muovono, nella ricerca della massimizzazione di guadagno e con cognizione della reciproca interdipendenza.

Molti di voi avranno avuto modo di vede-

Fonte: IMDb, Internet Movie Database

re un bel film di qualche anno fa "A beautiful mind" che racconta la tormentata, ma straordinaria vita di John Nash, il matematico statunitense schizofrenico che, proprio grazie alle sue conclusioni nel campo appena descritto, fu insignito nel 1994 del premio Nobel per l'Economia.

Da studente ventiduenne scrisse un articolo che stravolse la cosiddetta "Teoria dei giochi", costruita dai suoi colleghi nella ricerca di una risposta razionale per affrontare sistemi complessi, interlacciati, in cui causa e conseguenze si reiterano.

Nash evidenzia il limite dell'interesse a prescindere, del perseguire strade apparentemente egoistiche che portano, come in un contrappasso, proprio alla sconfitta del singolo. Il grande matematico statunitense sostiene (e dimostra) che la ricerca del massimo risultato per sé stessi, a prescindere da tutto e tutti, non generi che conflitto, rischio e una rivoluzione dei fattori senza fine e senza via d'uscita.

Una competizione come la nostra - in cui ogni soggetto debba trovare la più alta relazione tra guadagno e investimento - è destinata a essere soddisfacente, per l'intero novero dei partecipanti, solo quando si trovi un "punto di equilibrio" in cui tutti ottengano qualcosa e non abbiano più alcuna necessità di continuare a rivoluzionare la propria strategia.

Il suo è un messaggio positivo e ottimistico, oltre che razionale (lo dimostra con un vero e proprio teorema): trovare l'equilibrio conviene a tutti.

"Non smettete mai di pensare. Mettersi in fila è sempre un suicidio per il giocatore. Scegliete ma con il buon senso di perseguire l'equilibrio".

E' solo un messaggio teorico o qualcosa che possa essere utile a comprendere quanto stiamo affrontando?

Immaginate le Compagnie sotto lo schiaffo degli operatori della distribuzione che si sfidano a colpi di sconti o ricatti commissionali. Sarebbe un sistema che renderebbe felici - solo per un po' - Clienti e Intermediari ma rovinerebbe le Mandanti con risultati che farebbero "saltare il banco". Al contrario, se a prevalere fossero gli Assicuratori che imponessero sistemi che a loro costino meno, ma che penalizzino il distributore e peggio il Cliente (parliamo per esempio della stan-

dardizzazione): anche in questo caso il sistema non reggerebbe e già ce ne stiamo accorgendo adesso. Le Compagnie fanno di non poter agire solo in base al proprio interesse, dimenticandosi di Nash e di tutte le teorie di economia comportamentale: la percezione individuale del valore si svincola dal dato di quantità assoluta del bene posseduto, per divenire differenza tra una condizione iniziale e una finale. In pratica, quando svilisci la spesa io rifiuto l'acquisto.

Se sono un professionista e vengo costretto a comprare la mia sicurezza con un gettone, non diverso da quello di un autolavaggio, non posso sentirmi soddisfatto e tenderò a cambiare le condizioni del tavolo da gioco, a cercare alternative, a perdere il rapporto fiduciario e, se questo accade, tutte le parti ne avranno un danno.

Perseguire l'equilibrio significa avere un Cliente soddisfatto e sicuro del proprio acquisto, che contagi positivamente i suoi simili, i suoi vicini, i suoi colleghi. Significa mantenere una rete consulenziale di alto livello, che ottenga guadagno, che possa investire nella crescita e non solo nella difesa. Significa un mercato di competizione positiva e non di omologazione al ribasso, dove anche le Compagnie perdono reddito, dove gli utili tecnici si comprimono.

Noi come BLUE - nel nostro ambito - proviamo a suggerire la nostra ricetta rispettando tutti gli interlocutori.

Offriamo coperture adeguate, ad alto intervento tecnico, non solo nella portata delle garanzie ma nella definizione del giusto costo, con conseguenze positive per l'andamento della Compagnia.

Proponiamo commissioni in linea con quelle dei distributori di polizette standard, con giusta soddisfazione di chi - come voi Broker - fa della competenza e della sua reputazione la chiave vincente del rapporto continuativo con il Cliente, che ne ha - a sua volta - soddisfazione e non scappa, perché vi riconosce nel ruolo, perché acquista la copertura che serve a lui e non a una generica "categoria", senza variazione di costo.

Come direbbero gli inglesi è una soluzione win-win-win: vinciamo tutti raggiungendo l'equilibrio, con buona pace (e soddisfazione) del grande John Nash.