ANAPA Primo risultato Il dialogo con le compagnie

a cura di Gigi Giudice

I conteggi ufficiosi parlano di circa cinquecento presenze al Centro Congressi dell'Hotel Michelangelo di Milano dove è stata organizzata, il 7 febbraio, la presentazione ufficiale dell'**Associazione Nazionale Agenti Professionisti** di Assicurazione, in acronimo **ANAPA**.
Nelle prime file, accanto a **Aldo Minucci**, presidente dell'**ANIA**, sedevano **George Sartorel**, amministratore delegato di **Allianz Italia**, **Andrea Mencattini**, amministratore delegato di **Alleanza Toro**, **Manlio Lostuzzi** vicedirettore generale delle **Generali**, **Luigi Lana**, direttore generale della **Società Reale Mutua**, **Antonello Cattani**, responsabile commerciale di **Cattolica Assicurazioni**, **Camillo Candia**, amministratore delegato di **Zurich Italia**, **Cesare Caldarelli**, direttore generale di **Vittoria Assicurazioni**, **Alessandro Santoliquido**, amministratore delegato di **Sara Assicurazioni**, **Cristina Pierobon**, direttore commerciale di **Itas Assicurazioni**, **Maurizio Cappiello**, vicedirettore generale di **Axa** e **Domenico Mortiello**, direttore commerciale di **Axa.**

Presenze emblematiche, a dichiarare come i promotori di **ANAPA** abbiano inteso rendere plasticamente il concetto che si è ormai affermato fra i gruppi agenti e svariate direzioni, anche delle maggiori imprese: il dialogo, lo spirito di collaborazione e (vero) partenariato con la mandante.
In evidente contrasto con la linea perseguita dalla giunta che sta guidando il Sindacato Nazionale Agenti, che bolla come passatista e ingombrante il tradizionale rapporto con un'unica mandante.
Sindacato che non perde occasione per mettere sotto accusa l'Associazione Nazionale fra le Imprese, con prese di posizione antitetiche e di fortissima contrapposizione in sede pubblica e nei rapporti con le istituzioni. Promuovendo iniziative e rulli di tamburi demonizzanti, quasi a configurare le compagnie come "nemiche del popolo".
Una sintomatologia che ha radici nel protrarsi negli anni di ingarbugliate e poco ideali relazioni. Un clima imbarazzante e purtroppo soprattutto ben palpabile fra quegli agenti che hanno avuto in sorte di subire ripetuti passaggi da una mandante a un'altra, finendo per smarrire fiducia e identità. Anche in se stessi. E dunque ricercando fantasmatici interlocutori, magari all'altro capo del mondo.
Una situazione da cui è obbligatorio uscire, visto che ha prodotto frustrazioni, diffidenze, arrampicate sugli specchi. Senza portare vantaggi a nessuno. Anzi, andando a discapito, oltre che dell'immagine, della qualità del servizio assicurativo quale viene percepito.

Vasi di coccio, della situazione, i mai abbastanza (a voce, quasi mai nei fatti) flabellati consumatori. Che poco capiscono e soprattutto non comprendono la plausibilità di fratture e dispute tra l'una o l'altra componente di un sistema assicurativo che , per l'uomo delle strada, è un tutt'uno, configurabile nella stragrande maggioranza dei casi nella "faccia" dell'intermediario. Con il quale i famosi "consumatori" si sentono collegati in un rapporto fiduciario.

I lettori conoscono le vicende che hanno portato, il 30 novembre scorso, alla costituzione di **ANAPA**. L'iniziativa è partita dai presidenti di una decina di gruppi agenti con le cui compagnie di riferimento si sono sviluppati e si stanno intensificando rapporti di reciproca fiducia e concreta, costruttiva collaborazione.

Vincenzo Cirasola

Ai presenti a quella che è la prima convention nazionale di ANAPA, un primo flash sulle idee e i progetti che animano l'Associazione è stato fornito da **Antonello Galdi**. Il quale – con alle spalle diversi anni di esperienza come direttore dello **SNA** – ha spiegato come la neo-istituita struttura di ANAPA abbia saputo essere operativa da subito, raccogliendo oltre 1.100 adesioni nel giro di neppure tre mesi. Adesioni provenienti sia da intermediari che hanno scelto di procedere conservando un rapporto privilegiato con una compagnia, sia da chi ha optato per il plurimandato. Segno dell'affermarsi del superamento, da parte della professione, di acronistiche posizioni veterosindacali e da visioni da "pensiero unico".
La campagna associativa sta prendendo avvio. Il traguardo è il raggiungimento di tremila associati nell'arco del 2013.
Associati cui fin d'ora è garantita l'assistenza fiscale e legale.
Nel presentarsi, il consulente legale **Andrea Bullo** ha spiegato come, per quel che riguarda i dipendenti di agenzia, i soci ANAPA non siano tenuti ad attenersi ad alcuno dei contratti collettivi attualmente in vigore, conservando, in materia, libertà di scelta.

Vincenzo Cirasola, presidente nazionale di ANAPA, nel sollecitare i presenti che ancora non avessero aderito ad iscriversi, ha sottolineato il taglio imprenditoriale della nuova aggregazione. Che ha inaugurato un nuovo modo di fare associazionismo *"insieme a voi"*, volto a superare i protagonismi e a operare "per il bene di tutta la categoria degli intermediari". ANAPA esercita e garantisce la tutela sindacale ai propri iscritti ed ha saputo, da subito, ottenere ascolto presso il Ministero dello Sviluppo Economico in tema di *contratto base rc-auto*, disconoscendo gli aspetti delle norme non favorevoli alla professione.
La collaborazione fra intermediari, seppur potenzialmente positiva nei rami non auto, secondo Cirasola porterà alla disintermediazione, dal momento che, combinata con il prodotto *standard*, porterebbe le imprese a saltare sul canale diretto. Con buona pace del "valore aggiunto" rappresentato dalla consulenza garantita dall'agente.

ANAPA può fin d'ora vantare il raggiungimento dell'obiettivo della ripresa del dialogo con la rappresentanza delle mandanti. Dopo svariati anni di controproducente "incomunicabilità" con l'ANIA. Dialogo che coinvolgerà anche le altre sigle (SNA e Unapass) e servirà a sbloccare, per esempio, le questioni attorno a un tema rilevantissimo per gli agenti, come quello della "***rivalsa***". Che non potrà più pesare sui giovani e dovrà essere affrontato con urgenza. Così come l'impianto del Fondo Pensione Agenti, da rivedere in quanto non più sostenibile in fase prospettica.
L'apertura con l'ANIA può aprire la strada anche alla revisione e all'aggiornamento dell'impianto normativo collettivo.
Cirasola ha posto l'accento su come, di tale apertura, beneficeranno tutti. Comprese altre rappresentanze della categoria, augurandosi che l'o-

perattività e lo spirito partecipativo si affermino meglio quali elementi su cui innervare la capacità degli agenti ad essere protagonisti del futuro comune.
Agenti che le compagnie debbono considerare come *business partner*, giusta essendo la sottolineatura di ANAPA che ha scelto di connotarsi come associazione di imprenditori.
Imprenditori capaci di attrezzarsi a rispondere ai grandi cambiamenti determinati dall'affermazione dell'era digitale e sapersi adeguare con strumenti coerenti. Capaci soprattutto di svincolarsi dalla dipendenza dal ramo auto, anche se – ha ironizzato Cirasola – da una "Camicia di Nesso" del genere non ci si libera ricorrendo al plurimandato.
"Siamo agenti-imprenditori, vicini al Cliente, il quale – è notorio – si affida non tanto a un marchio ma alla nostra professionalità, alla nostra capacità nel trovare le soluzioni più adatte ai suoi specifici bisogni".
Imprenditorialità, quella dell'agente, che va riaffermata andando contro le confusioni demagogiche, mirando ad affermare una effettiva concretezza nel determinare gli obiettivi e nel raggiungere risultati.
Trasferiti in sede associativa, obiettivi e risultati si conseguono facendo leva sulla partecipazione e l'impegno collettivo. *"Senza perdere di vista quale futuro potremo dare al domani che si prospetta ai giovani cui toccherà proseguire nella nostra professione".*
La mozione degli affetti, innestata sul temperamento emotivo del presidente Cirasola, ha debordato in una girandola di evocazioni di memorie familiari mescolate a riferimenti a analisi sull'apporto fondamentale del lavoro degli agenti ai risultati delle compagnie. *"Con le quali occorre costruire soluzioni comuni che generino valore anche in direzione dello sviluppo di un mercato assicurativo notoriamente ancora sottosviluppato".*

Consensi e applausi vibranti dalla platea, mentre lo stesso presidente di ANAPA chiamava sul palco gli uomini della Giunta Esecutiva Nazionale: i vicepresidenti **Alessandro Lazzaro (Axa Italia)** e **Enrico Ulivieri (Zurich Italia)**, e i componenti **Angelo Breglia (plurimandatario)**, **Roberto Arena (Vittoria Assicurazioni)**, **Bruno Coccato (Cattolica Assicurazioni)**, **Giovanni Trotta (Allianz Lloyd Adriatico)**, **Pierangelo Colombo (Aviva)**, **Luigi Mingozzi (Italiana Assicurazioni)**. Insieme al Coordinamento Gruppi Aziendali Agenti costituito da: **Giuseppe Consoli (Itas)**, **Letterio Munafò (Carige Assicurazioni)**, **Federico Serrao (Augusta Assicurazioni)**.
Tutti impegnati nel far diventare il calendario di incontri sul territorio già pianificati una sorta di "assemblea aperta" cui invitare i colleghi che vogliono condividere le visioni e l'azione della nuova Associazione.

Premesso di aver colto l'invito per ascoltare e rendersi conto della portata delle iniziative di ANAPA, **George Sartorel**, amministratore delegato di **Allianz Italia**, ha inteso manifestare condivisione per parecchio di quanto ascoltato.
L'esperienza manageriale all'interno di società del Gruppo tedesco su svariati mercati mondiali lo ha portato a vivere situazioni analoghe a quelle che stanno ora verificandosi nel contesto italiano. Dove cambia l'offerta e, conseguentemente, deve cambiare il modello di fare business. Per le imprese come per gli agenti.
Di fronte ai mutamenti radicali e vorticosi determinati dall'entrata in campo del "digitale" occorre avere il coraggio di coglierne la portata e avvalersene. Con compagnie e agenti sintonizzate in una proficua collaborazione per arrivare a trovare le modalità più efficaci nell'offrire alle famiglie italiane la miglior protezione.
La strada è quella del confronto su come gestire il cambiamento e su quali strumenti mettere in campo.

L'intervento fuori programma dell'amministratore delegato di Allianz Italia, apprezzato dalla platea, ha fatto da prologo alla tavola rotonda sul tema: *"Fare sistema nel mercato assicurativo italiano: gli agenti e le compagnie tra professionalità e innovazione"*. Con **Aldo Minucci** a smentire le voci circa l'atteggiamento di chiusura dell'ANIA riguardo al dialogo con le rappresentanze degli intermediari.
Le compagnie considerano infatti le reti agenziali un asset basilare. Come si è cercato di far comprendere alle authority e alle istituzioni. Un asset prezioso e delicato, sul quale le compagnie hanno investito e investono risorse e strutture perché la relazione mandante-agente-cliente risulti stabile.

Dunque ritengono basilare mantenere e sviluppare con gli agenti un confronto continuo, per "fare sistema".
Conseguentemente l'ANIA è favorevole a un tavolo comune "senza steccati", con gli esponenti delle diverse sigle rappresentative degli agenti, al fine di affrontare e risolvere i problemi comuni. In particolare quelli sorti con le recenti norme di legge.
Uno degli obiettivi del dialogo – ha ribadito Minucci – deve essere il rafforzamento del rapporto fiduciario con i tradizionali distributori di polizze, messo in discussione dall'elemento da considerare "disgregante", rappresentato appunto dalla apertura alla collaborazione fra intermediari in concorrenza. Che "fa saltare" la fidelizzazione del cliente.

A conferma che le buone relazioni con gli agenti sono patrimonio su cui far leva, **Luigi Lana**, direttore generale della **Società Reale Mutua**, ha illustrato ***"Casa Comune"***.
Un accordo innovativo costruito insieme agli agenti, per consentire la conservazione del rapporto fiduciario con il cliente (che nel caso di Reale Mutua è anche "socio").
Sempre sul valore del rapporto stabile con il cliente attraverso intermediari altrettanto "stabili", **Camillo Candia**, amministratore delegato di **Zurich Italia**, ha portato come esempio le performance della **Farmers**, compagnia (controllata dal gruppo elvetico) di successo sul mercato statunitense.
Successo determinato dal fatto di essere imperniata su una rete agenziale monomandataria.
Manco a dirlo, anche da **Francesco Avallone**, forte dell'esperienza come dipendente del settore dal 1971 e qui in veste di vicepresidente di **Federconsumatori**, sono venuti apprezzamenti circa la competenza e l'affidabilità dell'agente tradizionale. La cui qualità nel prestare consulenza e servizio al cliente supera il fallace e illusorio "specchietto per le allodole" costituito dal prezzo.

Prendendo spunto dalle ulteriori parole di **Minucci** che ha, in chiusura, nuovamente proposto la convocazione di un tavolo di confronto e di fronte agli esempi di concreta e fattiva interazione fra compagnie e agenti citati da **Sartorel**, da **Lana** e da **Candia**, sommate al peana di un rappresentante dei consumatori che ha la peculiarità di conoscere il mondo dell'assicurazione dall'interno come **Avallone**, il presidente di ANAPA, **Cirasola**, ha concluso: *"Dalle diverse voci qui ascoltate abbiamo la dimostrazione che, se i diversi attori del mercato si parlano senza steccati e preclusioni, si arriva insieme a risolvere i problemi che gravano sul sistema assicurativo.*
Non è risultato da poco. Gli agenti associati in ANAPA si impegneranno a proseguire concretamente sulla strada del dialogo".

Nota aggiuntiva: Non voglio dimenticare il contributo alla tavola rotonda di **Massimo Greco**, responsabile servizi assicurativi del Ministero dello Sviluppo Economico.
Al moderatore **Riccardo Sabatini**, che gli aveva manifestato, da giornalista, la sensazione di non ricevere informazioni e documentazione sufficienti circa la volontà ministeriale di rendere attuabili e in tutta trasparenza le norme che stanno calando sul sistema assicurativo, Greco ha spiegato che al Ministero – così come esige la normativa riguardante la piattaforma digitalizzata di interfaccia comune della rc auto – si segue costantemente la prassi del confronto con i rappresentanti delle compagnie, degli intermediari e dei consumatori.
Guarda un po': lapalissianamente anche Greco conferma che si può progredire solo attraverso il confronto.