AGENTI E ANIA, SARÀ VERA DISTENSIONE?

L'OCCASIONE È STATA LA PRIMA CONVENTION DELLA NUOVA ASSOCIAZIONE DEGLI INTERMEDIARI, ANAPA. LA PRESENZA DI MINUCCI E DEI TOP MANAGER DI MOLTE COMPAGNIE FA PENSARE ALLA PACE, O ALMENO A UN ARMISTIZIO

Più che un congresso di agenti è parsa la riunione preparatoria a veri e propri accordi di pace tra due eserciti finora nemici. Dopo anni, agenti e compagnie tornano a sedersi intorno allo stesso tavolo. O forse sarebbe meglio dire che un'associazione di intermediari e l'**Ania** hanno ricominciato a guardarsi negli occhi, riconoscendo l'una interlocutore dell'altra. Già perché, singole compagnie e singolo gruppo agenti non hanno mai smesso di interloquire, trattare e fare accordi. Ma è da troppo tempo che manca la volontà di creare una cornice comune entro cui incastonare questo diverso grado di concertazione.

LE COMPAGNIE COME PARTNER

Anapa, l'associazione nata da una costola dello Sna, dopo lo strappo voluto da dodici presidenti di gruppo, in pochi mesi ha riaperto un canale. Non solo, ma ha impresso nello statuto l'inderogabile dogma: "le compagnie non sono nemici da combattere ma *business partner*". Un concetto ribadito varie volte nel corso della prima convention nazionale, tenutasi il mese scorso a Milano. Un evento altamente partecipato, ma soprattutto che ha visto la presenza dei vertici di Ania e di alcune delle principali compagnie.

In prima fila **Aldo Minucci**, il presidente dell'Ania, ha ascoltato il discorso introduttivo del numero uno della nuova associazione, **Vincenzo Cirasola**, che ha presentato la nuova creatura, prendendo palesemente le distanze dai sindacati tradizionali. "Anapa – ha detto – è prima di tutto un'associazione di imprenditori, che garantisce anche una tutela sindacale per gli associati. Ma siamo tutti, agenti, imprese, consumatori complementari e coessenziali". Una politica che rigetta la contrapposizione netta e che è stata accolta con favore dal mondo delle imprese. Cirasola ha chiarito le basi da cui partire e i nodi principali da sciogliere, all'interno del cercato, e forse ritrovato, dialogo: "È necessario – ha annunciato – rivedere l'istituto della rivalsa, mettere mano al fondo pensione, lottare contro qualsiasi forma di disintermediazione".

IL LEGAME DA STRINGERE TRA IMPRESE E INTERMEDIARI

Minucci, che ha poi partecipato alla tavola rotonda, insieme al vice presidente di **Federconsumatori**, **Francesco Avallone**, a **Massimo Greco**, responsabile dei servizi informativi del ministero dello Sviluppo economico e allo stesso Cirasola, ha applaudito alle pa-

role concilianti degli agenti, definendo la convention "un'occasione di riapertura di dialogo, e di ritrovata vicinanza".
A sostegno della tesi, una folta delegazione di top manager di compagnie, alcuni anche molto ben disposti a parlare alla platea, come l'ad di **Allianz** Italia **George Sartorel**; quello di **Zurich**, **Camillo Candia**; **Luigi Lana** dg di **Reale Mutua**; **Alessandro Santoliquido** omologo di **Sara**; **Cesare Cardarelli** di **Vittoria**; e poi gli uomini di **Generali**, **Andrea Mencattini** (ad di **Alleanza-Toro**) e **Manlio Lostuzzi**, dg di Generali.
Nonostante l'ingombrante ombra delle compagnie e dell'Ania (in platea anche Vittorio Verdone), Anapa non ha voluto abdicare al ruolo sindacale, e Cirasola ha mandato un messaggio chiaro: in nome del dialogo non si potranno sacrificare i diritti. "Quanto costa alle compagnie – ha chiesto dal palco – perdere una rete fedele e in esclusiva?" Non si tratta chiaramente di una velata minaccia, ma di una constatazione, dato che i provvedimenti dell'ultimo anno, soprattutto il via libera alla collaborazione tra intermediari, sembrano andare in quella direzione.

Per stimolare la concorrenza tra compagnie, il legislatore sta cercando da tempo di sfilacciare i legami tra agenti e imprese. Se gli agenti della nuova associazione non sono contrari alle collaborazioni, ma le useranno comunque sporadicamente, contrarie sono state da subito le compagnie. Minucci, durante la tavola rotonda ne ha ribadito, trovando accordo nella platea, il motivo: "Per le imprese – ha detto – la rete è un asset patrimoniale al momento essenziale. Quando il legislatore tocca la distribuzione, intacca un business di valore. La collaborazione tra intermediari è un elemento disgregatore, che inficia anche sulla responsabilità formativa delle compagnie verso l'agente. Come reagirà il mercato quando le collaborazioni saranno un fenomeno strutturale? Come potranno le imprese creare un rapporto fiduciario con il cliente? Ecco con questi provvedimenti, avulsi dalle reali necessità, non si abbassano le tariffe".

INSIEME DI FRONTE AL NUOVO ESECUTIVO

Secondo Federconsumatori "la trasparenza sarà il futuro del risparmio e gli agenti rappresentano per questo un canale che riconosciamo responsabile", ha detto Avallone. I risparmi delle famiglie, dati alla mano, sono sei volte il pil italiano: intercettare questo valore può essere il compito dell'agente del futuro. L'Ania si è sentita quindi pungolare da questo punto di vista: fare di più per gli agenti, vuol dire anche impegnarsi di più per i clienti.
"Occorre – ha ribadito Minucci – che gli agenti puntino sul proprio know-how. Basta con la dipendenza da Rc auto: l'agente sviluppi i nuovi bisogni di protezione. Le imprese ci saranno, faranno attenzione ai costi e salvaguarderanno la professionalità dell'agente. È giunto il momento in cui ognuno si assuma le responsabilità per tornare al tavolo delle trattative, ma con un 'comune sentire'. Gli agenti potranno essere partner fondamentali – ha concluso il presidente dell'Ania – quando si dovrà interloquire con il nuovo governo".
Anapa può contare al momento su un migliaio di iscritti; le premesse per crescere ci sono, ma bisognerà capire come si orienterà il mercato. Dall'Europa sembra potranno arrivare spinte sempre più forti all'indipendenza dell'intermediario. Se la rete è davvero un asset indispensabile per le compagnie, si capirà dalla concretezza di questo nuovo clima di "distensione". ***F.A.***