

OTTIMISMO PER IL FUTURO DEGLI AGENTI

ANCHE SE I RAPPORTI CON L'ANIA RESTANO FREDDI, MASSIMO CONGIU, PAST PRESIDENT DI ANAPA RETE IMPRESAGENZIA, PENSA A UNA CONDIVISIONE, DA PARTE DI INTERMEDIARI E IMPRESE, DI UN PROGETTO COMUNE PER IL SOSTEGNO ALLA CRESCITA DEL PAESE. MENTRE, SUL PIANO POLITICO, L'UNITÀ SINDACALE RESTA UN AUSPICIO

Alla ripresa dei lavori dopo le ferie estive, una certa amarezza accomuna ancora gli agenti assicurativi, per una volta uniti e concordi su un punto: la nuova presidenza di **Ania** non sta riconoscendo grande importanza al ruolo delle reti agenziali, e più in generale, dei canali distributivi. Dall'assemblea dell'associazione, svoltasi a luglio, la neo presidente, **Maria Bianca Farina**, non ha parlato, se non con un cenno fugace, degli agenti e della loro funzione all'interno del mercato assicurativo italiano.

Tra i primi a far notare la cosa è stata **Anapa Rete ImpresAgenzia**, che ha immediatamente manifestato la propria delusione per la noncuranza mostrata verso i problemi della categoria.

A ribadirlo è **Massimo Congiu**, past president dell'associazione nata dall'unificazione di **Anapa** e **Unapass**. Attualmente, Congiu si occupa delle relazioni con le istituzioni, e segue i rapporti con il **Bipar** per conto dell'associazione. Secondo l'ex numero uno di Unapass, la nuova presidenza non appare orientata a ritenere centrale il ruolo degli agenti nella distribuzione assicurativa: "ne è riprova – sostiene – l'indisponibilità dimostrata da parte di Ania ad aprire un confronto di merito sulle tematiche generali che riguardano agenti e compagnie".

LE COMPAGNIE HANNO ALTRE PRIORITÀ

C'è da dire che, forse, le priorità del settore assicurativo oggi passano principalmente dal ruolo che il Governo vorrà effettivamente attribuire alle compagnie: saranno quindi gli agenti a dover pensare alle azioni migliori per mettere in luce la loro centralità. "Il Governo – commen-

ta Congiu – ha un atteggiamento ondivago perché da un lato esalta le compagnie per la loro capacità finanziaria e, dall'altro mostra una timidezza nel riconoscerli un ruolo importante nel welfare, o, addirittura, indica misure restrittive della libertà di impresa". Servirebbe, quindi, "una condivisione, da parte di agenti e imprese, di un progetto comune di sostegno alla crescita di questo Paese e alla tutela dei suoi cittadini".

Al momento, però, sembra non essere così, e appare difficile immaginare un'inversione di rotta. I gruppi agenziali, del resto, stanno aumentando la loro importanza proprio perché in questa lunga fase sono gli interlocutori unici delle compagnie. Nelle trattative di secondo livello, soprattutto, la tendenza sarà questa, anche in virtù degli orientamenti dell'**Antitrust** e delle evoluzioni del mercato: "andremo verso un modello nel quale le rappresentanze di categoria – conferma Congiu – definiscono un quadro di principi generali, mentre i gruppi agenti

definiscono accordi di natura prettamente economica e specifici delle realtà in cui operano. In un contesto del genere, dovrà cambiare il rapporto tra gruppi agenti e rappresentanze di categoria”.

PROMUOVERE IL CANALE AGENZIALE

In parte questo rapporto sta già cambiando: nello statuto dell'organizzazione guidata da **Vincenzo Cirasola**, i gruppi agenti hanno un ruolo molto importante nelle dinamiche politiche e negli orientamenti. Eppure ciò che farebbe fare un salto di qualità alla rappresentanza dell'intermediazione assicurativa sarebbe l'unità sindacale. Anapa e Unapass hanno fatto un passo in avanti, ma con **Sna** i punti d'incontro non sembrano essere tanti. Tra le due associazioni, argomenta Congiu, “c'è innanzitutto una differente visione della figura a tendere dell'agente e delle modalità attraverso cui rappresentarlo. Differenze non insormontabili se, da parte dell'attuale presidenza Sna, si superasse la presunzione di avere la verità in tasca, sempre e comunque”.

Eppure non mancano gli impegni su cui Congiu spera di trovare la categoria compatta, in primis il tema di come recepire in Italia la nuova direttiva comunitaria Idd: “potrebbe essere, nell'immediato futuro, un argomento sul quale creare un'unità di intenti”. L'altro tema, sottolinea, è invece quello di una campagna di comunicazione e di promozione mediatica del canale agenziale.

CONTRO IL TACITO RINNOVO? UNA DISDETTA PIÙ SEMPLICE

“Se un assicurato, come accade in tutti i settori commerciali, volesse cambiare assicurazione è sufficiente che invii una semplice disdetta. Allora rendiamo quest'operazione più semplice. Dov'è il problema?”

Questa è la soluzione prospettata da Massimo Congiu, past president di Anapa Rete ImpresAgenzia, a proposito della proposta di abolizione del tacito rinnovo nelle polizze danni. Il problema, secondo l'agente, è cambiare prospettiva, così da evitare gli effetti negativi che porterebbe un cambiamento simile: in primis l'assicurato, “la cui polizza - spiega - perde il principio giuridico di continuità”, e in secondo luogo per gli agenti sui quali ricadrebbe l'onerosità gestionale, e che ogni anno “dovrebbero rimettere, per gli stessi assicurati, polizze e questionari”.



Massimo Congiu, past president Anapa Rete ImpresAgenzia. Attualmente si occupa delle relazioni con le istituzioni e segue i rapporti con il Bipar per conto dell'associazione

FPA, NO A UNA GESTIONE SNA-ANIA

Ciò su cui la divisione resta ampia è una delle questioni che hanno più segnato il dibattito, ormai da due anni a questa parte: il salvataggio del *Fondo pensione agenti*. Anapa e l'allora Unapass hanno sempre pensato che il passaggio al sistema a contribuzione definita fosse la soluzione migliore tra quelle proposte dall'allora cda di Fpa: “era ed è - conferma Congiu - la soluzione che tecnicamente salverebbe in modo stabile il fondo, e le pensioni attuali e future”.

La situazione è ancora poco chiara, anche dopo l'intervento della **Covip**; tuttavia Anapa Rete ImpresAgenzia si opporrà all'opzione di una gestione in coppia di Sna e Ania. Un'ipotesi che porterebbe, dice Congiu, all'aumento della disaffezione degli intermediari, “con la conseguente ricerca di soluzioni previdenziali alternative da parte degli agenti in attività”.

Nonostante le tante difficoltà di fronte alla categoria, Congiu si conferma ottimista sul futuro del canale agenziale. Ricorda che il settore, in Italia, va verso una progressiva crescita di volumi, e sottolinea ancora una volta la complessità della materia assicurativa, cosa che porta il cliente italiano a preferire ancora la relazione umana e il rapporto fiduciario. “Ovviamente - precisa - l'agenzia, per rimanere competitiva rispetto ad altri canali, deve investire, anche con mezzi propri, in formazione, autonomia organizzativa, efficacia commerciale e nuove tecnologie. Le rappresentanze di categoria - conclude Congiu - dovrebbero svolgere un ruolo di accompagnamento verso questi processi”. **F.A.**