



ANAPA RETE IMPRESAGENZIA IN EVIDENZA NEWS

Concentrazione bancaria e reti distributive: Roberto Arena avverte sui rischi per i consumatori italiani

10/06/2026

Share

Il presidente di ANAPA Rete ImpresAgenzia interviene sulle ultime mosse di Intesa Sanpaolo e Bper su Montepaschi di Siena: in gioco non ci sono solo equilibri finanziari, ma il futuro della distribuzione assicurativa agenziale



Le notizie delle ultime ore sul possibile **riassetto del sistema bancario italiano**, con le dichiarazioni di interesse di Intesa Sanpaolo e di Bper per Banca Monte dei Paschi di Siena, stanno riportando al centro del dibattito un tema rilevante per l'intero settore assicurativo: il futuro della distribuzione e, in particolare, del modello agenziale.

Roberto Arena, presidente di **ANAPA Rete ImpresAgenzia**, ha voluto prendere posizione con chiarezza, analizzando le possibili conseguenze per agenti, consumatori e per l'intera filiera del settore.

«Le notizie apparse sui media negli ultimi due giorni fanno riflettere sullo scenario che potrebbe avere conseguenze anche per il sistema distributivo italiano. Domenica sera il Banco Popolare di Milano ha manifestato interesse per Monte dei Paschi di Siena, con il coinvolgimento indiretto di Mediobanca che è azionista di Generali. Poco dopo, anche Intesa ha espresso una proposta, insieme a Bper e Unipol, dichiarando l'intenzione di presentare un'offerta su MPS».

Un'operazione che, almeno nelle dichiarazioni ufficiali, si presenterebbe di natura esclusivamente finanziaria, ma Arena non si accontenta di questa lettura.

«Un'eventuale operazione di questo tipo – non particolarmente gradita da Monte dei Paschi di Siena, in questa fase – porterebbe alla nascita di un nuovo grande gruppo finanziario con una rete più ampia di filiali, parte delle quali finirebbero a Bper. Il tema centrale riguarda però la riorganizzazione di queste strutture: ci si deve interrogare su cosa accadrà ai clienti, che rischiano di essere nuovamente spostati da un istituto all'altro come semplici numeri, senza continuità nel rapporto. Le stesse dinamiche riguardano anche i lavoratori, che potrebbero trovarsi coinvolti in processi di riorganizzazione, tra uscite anticipate e ricollocazioni, in un contesto in cui anche l'intelligenza artificiale sta accelerando la trasformazione del settore».

Il punto però non è solo occupazionale. C'è infatti una **dimensione** più ampia che Arena considera centrale: quella industriale e **assicurativa dei principali gruppi**, direttamente interessati da tali scelte strategiche. Il sistema agenziale italiano, genera valore economico reale e si basa su un modello relazionale difficile da replicare.

«La rete agenziale italiana è un unicum per qualità, per competenze, ma soprattutto per la capacità di costruire relazioni di fiducia con i consumatori, che a sua volta produce risultati economici significativi per l'industria assicurativa. In ogni occasione viene ribadita la centralità degli agenti per il sistema assicurativo. Questa caratteristica non appare replicata in altri Paesi europei. I consumatori italiani, infatti, nonostante le varie opportunità di offerta che il mercato mette a disposizione, per il settore assicurativo, continuano a volersi affidare a professionisti che, pur utilizzando tecnologie avanzate, e in prospettiva agevolati anche dalla AI, mantengono una forte competenza relazionale e consulenziale, fondata sul rapporto diretto con il cliente».

Secondo **Arena**, tre categorie rischiano di essere penalizzate da uno scenario che privilegiasse esclusivamente la logica finanziaria rispetto a quella distributiva di prossimità: **consumatori, industria assicurativa e rete agenziale**. Infatti nello scenario attuale, *«il primo beneficiario di questo sistema è il consumatore, che può contare su professionisti in grado di seguirne bisogni ed esigenze. Il secondo è l'industria assicurativa, che genera risultati economici grazie a questa attività. Il terzo è la rete degli agenti, che rappresenta anche un importante bacino occupazionale per migliaia di famiglie, tra dipendenti e subagenti».* Questo modus operandi *«caso mai andrebbe valorizzato e fatto crescere ulteriormente in termini di competenze e utilizzo di tecnologie per diminuire le incombenze burocratiche e l'eccesso di normativa, finalizzando l'obiettivo con un migliore servizio per il consumatore costretto a subire i costi degli obblighi regolamentari».*

Alla luce di queste dinamiche, **ANAPA si colloca in una posizione di attenzione e vigilanza.**

«ANAPA è molto attenta. Ha ben presente che il mercato finanziario andrà verso aggregazioni e grandi poli, anche per ragioni di efficienza e riduzione dei costi, in linea con quanto avviene a livello europeo. Tuttavia, sollecita attenzione da parte delle istituzioni, delle associazioni dei consumatori e di tutti gli attori del settore, affinché una specificità del sistema italiano come la distribuzione assicurativa agenziale, che rappresenta anche un patrimonio di competenze caso mai esportabile come modello, non venga messa in discussione».

La **posizione** di ANAPA, chiarisce il presidente, **non è di opposizione preconetta alle concentrazioni, ma di approfondimento** su ciò che esse potrebbero comportare per un modello che ha dimostrato di funzionare. *«Se questa cosa non venisse compresa a pieno, sarebbe un grave danno per i consumatori italiani, che si troverebbero catapultati in un mondo bancario che non può esprimere certamente le stesse peculiarità della rete agenziale assicurativa italiana. ANAPA cercherà di confrontarsi a tutti i livelli perché questi valori vengano evidenziati e non penalizzati da logiche dettate solo ed esclusivamente da componenti di natura finanziaria».*

A cura di Vincenzo Giudice

Foto in copertina: Roberto Arena, presidente ANAPA Rete ImpresAgenzia