

Il presidente dello Sna, Metti: abbiamo messo a punto una serie di azioni sindacali

Alla vigilia di un autunno caldo

L'Ania entra nel mirino degli agenti di assicurazione

DI ROBERTO BIANCHI

Dopo le ferie estive, l'attività delle agenzie riprende tra rinnovate incertezze e nuove criticità. Il perdurare della crisi economica, il crollo della redditività aziendale, la stagnazione della raccolta assicurativa, l'aumento geometrico dei costi burocratici e gestionali, stanno mettendo a dura prova la tenuta delle reti agenziali, chiamate ad interpretare i confusi segnali di cambiamento provenienti dal mercato.

E come se ciò non bastasse, dopo aver registrato utili da capogiro per oltre dieci anni, le compagnie hanno di nuovo innalzato il vessillo del risanamento, allo scopo di investire i riscontri di deterioramento dell'andamento tecnico registrati nel scorso esercizio.

Le tariffe hanno ricominciato

a lievitare e i portafogli sono sottoposti a continua bonifica, ma quello che più preoccupa la categoria, sono riprese le chiusure di agenzia, dapprima nel meridione e poi a macchia di leopardo in tutto il paese. Di tanto in tanto, qualche revoca eccellente come quella più datata di Angelo Gregorio presidente degli agenti Fata e componente dell'Esecutivo nazionale Sna, o quelle recenti di Maurizio Pacchioni presidente degli agenti Aurora e del comitato dei gruppi aziendali del Sindacato e di Gianfranco Panzeri presidente degli agenti Italiana ex Piemontese (del quale pubblichiamo un'ampia intervista in questa pagina).

Le motivazioni di natura antisindacale delle revocche, ad nutum o infondatamente per giusta causa, vanno ricercate nella volontà di testare la risposta delle rappresentanze di categoria che

non tarderanno a manifestare la loro capacità di reazione.

Il presidente nazionale Giovanni Metti ha infatti annunciato l'avvio di una serie di iniziative sindacali orientate su diversi fronti: «Intendiamo dare il segnale inequivoco all'Ania, che non è nostra intenzione subire il rifiuto a trattare il rinnovo dell'Accordo che regola i rapporti tra agenti e compagnie. Le reti agenziali stanno attraversando una profonda crisi economica e non è tollerabile il tentativo dell'Associazione delle imprese di sottrarsi alla responsabilità di trovare soluzioni condivise con le organizzazioni sindacali generaliste. E ciò soprattutto a vantaggio del servizio che la distribuzione assicurativa imperniata sulle agenzie è in grado di erogare ai consumatori».

Sul versante dei rapporti con l'Isvap, Metti ha aggiunto che

le agenzie «sono afflitte da una mole insopportabile di incombenze burocratiche imposte loro dal regolamento attuativo del Codice delle assicurazioni private. Un vero e proprio percorso ad ostacoli di scarsa o addirittura nulla utilità per l'utenza, caratterizzato da un sistema sanzionatorio del tutto sproporzionato rispetto alle eventuali irregolarità riscontrate in sede di controllo da parte dell'Istituto di controllo».

Abbiamo in animo di far capire all'Authority che non si può più rinviare lo snellimento dell'attività agenziale e l'attuazione drastica delle sanzioni, la cui entità non trova riscontro in nessun'altra professione. Quanto alla tutela dei diritti imprenditoriali, abbiamo messo in programma il ricorso ad azioni anche di natura giudiziaria, sia in ambito nazionale che europeo, allo sco-

po di salvaguardare gli interessi degli agenti di assicurazione italiani».

Ma non basta: «Intendiamo avviare un procedimento in sede di Autorità garante della concorrenza e del mercato, affinché vengano garantite le libertà professionali introdotte dalla legge 40/2007 in tema di plurimandato. Siamo peraltro convinti che i disposti in essa contenuti siano stati in larga misura disattesi e che i loro effetti benefici si siano dispiegati soltanto in minima parte», ha concluso Metti. Per dirla in breve, siamo alla vigilia di un vero e proprio autunno caldo.



Pagina a cura
DEL SINDACATO NAZIONALE
AGENTI DI ASSICURAZIONE
www.snaservice.it

MERCATO

Contro il plurimandato

Le compagnie resistono alla concorrenza

DI ALESSANDRA SCHOFIELD

Risale ai primi giorni di agosto la notizia della revoca subita da Gianfranco Panzeri, agente plurimandatario Italiana Assicurazioni e presidente del relativo Gruppo agenti. Così come era già avvenuto soltanto pochi giorni prima in occasione della revoca di Maurizio Pacchioni, lo Sna si è immediatamente attivato per garantire la massima tutela a Panzeri il quale, oltretutto, si è sempre distinto per i risultati imprenditoriali e professionali conseguiti, nonostante l'impegno profuso a favore della categoria. Lo abbiamo intervistato, per fare in modo che la sua voce non venga sovrastata da quella della compagnia.

Domanda. Il movimento sindacale concorda sul fatto che la revoca di mandato attuata nei suoi confronti da Italiana Assicurazioni rivesta una valenza esclusivamente politica. Vuole spiegarci perché?

Risposta. Le motivazioni addotte a sostegno della giusta causa sono pretestuose, infondate e senza alcun sostegno documentale. In quanto Presidente di Gruppo, da anni inquadrato in regime 4 dell'Accordo nazionale (il regime 4 è quello che prevede la reciproca assenza di obblighi d'esclusiva nei rapporti tra agente e mandante ndr), ritengo d'essere un obbiettivo emblematico da colpire. L'incorporazione della Piemontese nella Italiana Assicurazioni ha creato, per un centinaio di Agenzie prevalentemente monomandatari, l'esigenza di riorganizzare tutti i mandati con inderogabile novazione al regime 3. Va da sé l'ovvia conclusione che nel clima di restaurazione generale, il provvedimento nei miei confronti si possa ascrivere all'infuato detto degli anni 70 «colpiscine uno affinché cento capiscano».

D. Ritene che Italiana Assicurazioni adotti atteggiamenti discriminatori nei confronti degli agenti plurimandatari che fanno parte della rete?

R. Di fatto, sì. Il decreto Bersani apriva alla concorrenza anche il settore della distribuzione assicurativa. Dopo un primo momento di adeguamento, ob torto collo, delle Compagnie che si sono affrettate all'attivazione di Aziende sottomarca pronte a distribuire mandati a regime 4 (es.: Cattolica con Tua Assicurazioni o Unipol con Navale, per fare un paio di esempi), il cambio di Governo ha determinato il rientro immediato sulle vecchie posizioni, con buona pace degli interessi della clientela/utenza.

D. Come giudica in generale l'ottemperanza delle imprese italiane a quanto prescritto dalla Legge 40/2007 in tema di plurimandato?

R. Il mio personale giudizio, da un'ottica privilegiata da Presidente di Gruppo, è totalmente negativo. Da subito la Lobby del potere assicurativo ha scatenato una pesante resistenza al provvedimento, alimentando la corte dei «malpancisti» in difesa di gretti interessi di bottega e di consolidati privilegi.

D. In base alla visione d'insieme che sicuramente le viene dal ruolo presidente di Gruppo e dall'impegno in seno allo Sna, è corretto secondo lei sostenere che la maggioranza delle compagnie stiano portando avanti una strategia di riorganizzazione delle reti agenziali e di revisione delle relazioni industriali utilizzando come leva anche lo strumento della revoca?

R. Non solo è corretto, ma è l'interpretazione vera. E in atto una selvaggia restaurazione che dovrebbe principalmente interessare l'Authority preposta alla concorrenza, anche perché viene usata spregiudicatamente la leva della giusta causa con l'intento di «risparmiare sugli indennizzi».

ECONOMIA

Strategie alternative

Le imprese ritornano alle banche

DI CLAUDIO DEMOZZI

La forte crescita (oltre il 40%, secondo i dati Ania) che il settore vita ha visto nei primi sei mesi dell'anno rispetto al 2009, è appannaggio pressoché esclusivo del canale bancario e postale, cioè di quelli che fino ad epoca recente definivamo «canali alternativi». In aumento appare anche la produzione dei promotori finanziari. Questi risultati sono evidentemente il frutto della politica commerciale attuata, negli ultimi anni, dalle principali Imprese di assicurazione, nel nostro Paese, sempre più orientata verso lo sviluppo di canali distributivi alternativi, e che non risparmia investimenti economici estremamente rilevanti. Non è stata ridimensionata, ad esempio, la cifra, enorme, riservata al finanziamento delle c.d. Compagnie virtuali (o Telefoniche) e delle relative, costosissime, campagne mediatiche/pubblicitarie. Cifra che risulta ulteriormente appesantita, se teniamo conto dell'incidenza dei crescenti sconti tariffari, praticati dalle «Telefoniche», che in alcuni casi superano il 50-60% del premio medio di mercato.

Eppure, il mercato assicurativo nazionale sta attraversando, a detta di quasi tutti gli esponenti delle principali Compagnie, una delle più complesse crisi della sua storia, causata da un insieme di fattori - principalmente connessi alla Rea - tra i quali: l'aumento degli oneri per i sinistri, la diffusione di fenomeni fraudolenti, la rilevante scontistica praticata sulle tariffe e la conseguente riduzione della raccolta premi complessiva. L'Ania lamenta, ormai da mesi, un incremento generalizzato del cosiddetto S/P (rapporto sinistri a premi) e lo sfioramento del «combined ratio» a oltre il 100%. Numerose Imprese sostengono che l'unica via per porre rimedio alla grave situazione, sia quella di realizzare una decisa azione di risanamento,

attuata prevalentemente con l'aumento delle tariffe praticate e con il rimpiazzo dei contratti in portafoglio (con variazioni in pejus per l'assicurato). Gli agenti vengono quotidianamente indotti a mettere in pratica tali interventi, presso la loro clientela, anche attraverso l'azzeramento della flessibilità tariffaria rca, cui consegue un aumento del premio medio praticato.

Come si conciliano questi due aspetti della stessa medaglia (il mercato)? Chi mente e perché? Qualcosa proprio non torna. Nel frattempo, movimenti azionari, accordi di partnership e patti para-sociali ci inducono a ritenere che si stia realizzando un nuovo riavvicinamento tra Banche e Compagnie. E che queste ultime stiano cercando, in modo sempre più insistente, di disintermediare una parte rilevante della nostra clientela; raggiungendola direttamente, al telefono o su internet, attraverso i supermercati o nei centri commerciali, per posta o nelle concessionarie.

È notizia di questi giorni che Reale Mutua (Gruppo tradizionalmente vocato ad ottimi rapporti con gli Agenti) attraverso Rem, divisione di Italia Assicurazioni, avrebbe creato due nuove polizze che, a condizioni particolari, saranno vendute attraverso il canale della grande distribuzione. Si tratterebbe di polizze per l'abitazione e la persona (Sicura casa e Sicura famiglia), destinate ai clienti dei supermercati del Gruppo Interdis, presente in Italia con quasi tremila punti vendita. Così come è notizia di questi giorni che la Cassa di Risparmio di Bolzano avrebbe siglato un patto parasociale con la Banca di Cividale (Ud) e con ITAS Mutua, per l'acquisizione di quasi il venti-per cento della controllata ITAS Assicurazioni SpA. Obiettivo dell'accordo, secondo una nota della Cassa di Risparmio di Bolzano, sarebbe quello di sviluppare e distribuire prodotti assicurativi nel ramo danni.