

In una giornata di studio dedicata agli agenti, SNA analizza gli interventi normativi che negli ultimi anni hanno trasformato lo scenario assicurativo nel nostro Paese

ASSICURAZIONI: L'AGENTE ALLA PROVA DELLA CONSULENZA

Secondo un'indagine Adiconsum^{*}, svolta a seguito dell'entrata in vigore delle nuove norme, l'80% degli intervistati non è a conoscenza delle modifiche intervenute tra cliente e intermediario assicurativo ed il 67% non conosce il tacito rinnovo, ma il 58,5% utilizza l'agenzia per reperire informazioni sulla polizza che deve stipulare e il 49,4% trova tramite l'agente l'offerta migliore per la propria polizza RCA

Milano, 18 settembre 2013 – *“I numerosi interventi normativi che negli anni, e con un'accelerazione negli ultimi mesi, hanno cambiato il volto del settore stanno già producendo una grande discontinuità rispetto al passato – ha dichiarato **Claudio Demozzi, Presidente Nazionale dello SNA – Sindacato Nazionale Agenti di Assicurazione** – Per il mondo delle assicurazioni le novità più rilevanti sono indubbiamente state: l'introduzione in Italia del divieto di esclusiva tra Compagnie ed Agente, l'abolizione delle clausole di tacito rinnovo, l'introduzione del contratto base RC Auto, che tutte le compagnie sono tenute a offrire in regime di piena libertà tariffaria, il rafforzamento dei requisiti professionali per l'iscrizione dei produttori diretti e dei collaboratori degli intermediari, la possibilità di collaborare tra intermediari per favorire la concorrenza, il ripristino del termine di dieci anni per la prescrizione delle polizze vita “dormienti”. Sono elementi, questi, che finalmente ci conducono a un mercato delle assicurazioni più aperto, più competitivo, e, in una parola, più europeo. Dal nostro punto di vista di agenti di assicurazione, si tratta di chiari passi avanti nel nome del progresso, essendo tutti gli elementi introdotti assolutamente condivisibili e di estrema civiltà. Cambiamenti in un certo senso epocali, che ci portano ad essere consulenti, più che meri distributori”.*

Questi sono alcuni degli argomenti di cui si è dibattuto nel corso del convegno organizzato dallo SNA, dal titolo **“La centralità dell'intermediario-agente nel mercato assicurativo – profili giuridici e scenari europei”**.

*“Merita certamente una riflessione ampia e diffusa – ha continuato **Demozzi** – l'analisi di alcuni dati salienti resi noti da un'indagine Adiconsum, svolta a seguito dell'entrata in vigore delle nuove norme. Qui leggiamo che l'80% degli intervistati non è a conoscenza*

* Fonte: “Rc Auto, quanto mi costi?” progetto promosso da Cittadinanzattiva, Adiconsum, Assoconsum e CTCU con il sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico, Anno 2013. Report su: <http://www.adiconsum.it/progetti/dettaglio.php?id=34>



Sindacato Nazionale Agenti di Assicurazione

delle modifiche intervenute tra cliente e intermediario assicurativo ed il 67% non conosce il tacito rinnovo, ma che il 58,5% utilizza l'agenzia per reperire informazioni sulla polizza che deve stipulare ed il 49,4% trova tramite l'agente l'offerta migliore per la propria polizza RCA. Premesse, queste, che non solo ci indicano la naturale evoluzione dei consumi, ma anche delle conoscenze e della consapevolezza dei consumatori. La nostra categoria deve essere in grado di aiutare proprio i consumatori a selezionare l'offerta adeguata alle specifiche esigenze di ciascuno. È indubbio che all'orizzonte si profila un rapido cambiamento nelle modalità operative degli Intermediari che, per riuscire a competere con i nuovi, aggressivi, canali distributivi, con i comparatori online, con gli sportelli bancari e postali, dovranno elevarsi definitivamente a rango di consulenti professionisti. Non potendo più affidarsi alla sola attrattività e storicità del marchio della Compagnia, gli Agenti dovranno assumere modelli organizzativi più efficienti ed efficaci, attraverso scelte di tipo imprenditoriale; abbandonando con determinazione ogni forma di para-subordinazione e superando senza remore il vecchio concetto della "fidelizzazione a prescindere". Nella nuova libertà di collaborazione, vedo inoltre una grande opportunità di sopravvivenza, se non di sviluppo, anche per quei colleghi che oggi appaiono particolarmente in difficoltà, cioè i più deboli, in forte crisi di redditività. Infatti, adottando forme di cooperazione, mettendo in comune, ad esempio, il back office, gli impianti tecnologici, i locali agenziali, si potranno sfruttare, finalmente, economie di scala, anche nel nostro settore, aumentando la redditività. Un modo per arrestare il processo di ridimensionamento del numero degli Agenti, che ha caratterizzato questi ultimi anni. C'è qualcosa di solidaristico, di sociale, in tutto questo, di profondamente sindacale! Così facendo, garantiamo la sopravvivenza a migliaia di Agenti e continuiamo a garantire un servizio, capillare, di prossimità, a milioni di assicurati".

CHI È LO SNA

Il Sindacato Nazionale Agenti di Assicurazione (Sna), fondato nel 1919 come Associazione Nazionale Agenti (Ana), assume l'attuale denominazione nel 1973 e conta oggi **oltre 7 mila iscritti** su circa 23 mila Agenti di assicurazione operanti in Italia. Lo Sna, composto da 117 Sezioni provinciali e 58 Associazioni aziendali, è in Italia l'organizzazione maggiormente rappresentativa degli agenti di assicurazione e da tempo ha dato vita alla Federazione Unitaria con Unapass, con l'obiettivo di realizzare un soggetto politico unitario. Rappresenta la Categoria in tutti gli Enti e Organismi, nazionali e internazionali, dove si trattano problemi che interessano direttamente o indirettamente gli agenti di assicurazione e, più in generale, il settore assicurativo. E' membro del Consiglio Direttivo del Bipar (Bureau International des Producteurs d'Assurance et de Réassurance), la confederazione che rappresenta gli intermediari di assicurazione del mondo presso i governi nazionali e gli organismi sovranazionali (Cee, Onu, Efta, Ocse, Gatt, ecc.). Dal 1990 il Sindacato è affiliato alla Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo e dei Servizi (Confcommercio), nell'ambito del Comitato Nazionale Servizi e partecipa alle Commissioni provinciali in seno alle Camere di commercio.

Ulteriori informazioni per la stampa

Mirandola Comunicazione

www.mirandola.net

Simona Miele – Francesca Zanella

Tel. 348/2509895 - 0524/574708

Email: simona.miele@mirandola.net - francesca@mirandola.net