

## Come UNAPASS reagisce al cambiamento nel sistema della distribuzione

**DOTT. MASSIMO CONGIU - PRESIDENTE UNAPASS  
UNIONE NAZIONALE AGENTI PROFESSIONISTI DI ASSICURAZIONE, MILANO**

Il plurimandato è una vittoria ideologica, non è una soluzione pragmatica. UNAPASS è un'associazione di agenzie, socia di Confindustria, ed in questi anni ha cercato di mitigare gli atteggiamenti e di approfondire i valori confindustriali per capire se questi possono essere messi a sistema in una realtà agenziale. Come associazione, per l'appunto aderente ai valori di Confindustria, reagiamo al cambiamento in corso in maniera composta, come piccole imprese che cercano di governare, il più possibile, un cambiamento che comunque è in atto e che non riuscirebbero a frenare, perché è un cambiamento che l'Europa chiede all'Italia perché possa continuare ad essere, questo nostro Bel Paese, competitivo come Sistema.

In un sistema dove il big bang non si è ancora esaurito, ed è avvenuto per Legge, senza alcun accordo negoziato, ciascuno dei soggetti che intervengono nella filiera assicurativa – dalla fabbrica del prodotto al consumo del prodotto stesso – è chiamato a capire dov'è che si è sbagliato, perché il cambiamento che riscontriamo ha delineato, non per obbligo morale ma giuridico, un diverso modo di essere e di fare l'agente di assicurazione, ha inciso e inciderà fortemente nel modo di fare e di essere intermediari di assicurazione. Contrariamente a prima, oggi dobbiamo agire professionalmente raccogliendo il consenso informato del cliente: e questa non è una questione nominalistica, ma è un vincolo giuridico e comunque – recita il regolamento ISVAP – indipendentemente sia che si è monomandari o plurimandatari, broker o agenti questa figura deve “consigliare” il cliente, non c'è più l'invito a “vendere al cliente”, ma quello di “dissuadere il cliente all'acquisto” laddove quello che lui ha richiesto all'intermediario non coincide con l'offerta che l'intermediario gli fa. In Italia, il Legislatore ha tentato di regolamentare una figura che ne esce fuori non armonizzata con quella che esiste in Europa. La caduta del vincolo di esclusiva non si traduce automaticamente nella pratica del plurimandato e chi lo pensa o è in buona fede o dice un falso ideologico. Lo constatiamo anche guardando quello che stanno facendo agenti e imprese per concludere in questi giorni accordi aziendali. Pur rispettandone fino in fondo la loro autonomia, constatiamo che una buona parte degli anzidetti accordi è presente un sentimento “dell'essere orfani dell'esclusiva”, anche da parte degli intermediari, perché attorno al vincolo del monomandato si era creato un equilibrio nel rapporto con il consumatore, nel rapporto con l'impresa e nel rapporto con la propria redditività e riteniamo che il Legislatore sia intervenuto, in alcuni aspetti, “a gamba tesa” in un rapporto che andava gestito diversamente, non perché non ci fossero problemi, ma perché la risoluzione adottata non li risolve, li acutizza, e taluni accordi che si stanno sottoscrivendo, tra le imprese e gruppi aziendali, credo che nel medio periodo creeranno qualche malumore.

### COME STA REAGENDO L'INDUSTRIA ASSICURATIVA AL CAMBIAMENTO DELLE REGOLE?

Probabilmente accanto alla volontà di trovare una soluzione con i patti di fedeltà o nella disponibilità a ragionare su alcune soluzioni, nel medio/lungo periodo credo che non sia influente l'attività di intrecci azionari tra imprese assicurative e istituzioni bancarie perché sono e saranno di stimolo per una diversa distribuzione del prodotto assicurativo.



Cioè nel medio/lungo periodo il prodotto assicurativo sarà venduto anche e soprattutto attraverso i canali bancari. Questo non spaventa nella corretta logica della concorrenza; spaventa, e ci indigna, se un pezzo del Mercato (la banca assicurazione) si muove con regole flessibili e un altro pezzo (il sistema agenziale) rimane ingessato da regole rigide e dalla burocrazia.

Disattendere le regole o subirle?

Come associazione pensiamo di andare verso una terza via, quella di entrare in un sistema di costruzione delle regole di farle insieme. Abbiamo già da tempo abbandonato la strada della "della lotta di classe", che è anacronistica per la forma e per l'effettiva incisività, ed abbiamo intrapreso la strada di un'associazione sindacale che sappia interpretare interessi e prospettare soluzioni e tutele in una logica imprenditoriale. Allora una prima sfida sarà quella di gestire la transizione; abbiamo provato sulla questione di "addio alla poliennalità" e devo dire di aver trovato una disponibilità interessante da parte di alcune imprese, rispetto all'attuale impianto normativo, e da parte del Legislatore, rispetto all'impianto iniziale della proposta legislativa.

Come UNAPASS abbiamo sempre dato convinta indicazione al mercato di lavorare in un rapporto annuale, questo forse non ci ha reso simpatici, però a distanza di tempo, quantomeno, ci ha resi coerenti e realisti.

Cosa c'è che non va nel sistema di polizze pluriennali. In una polizza poliennale il cliente ha sempre avuto la possibilità di uscire anzitempo, la possibilità di concordare, di contrattualizzare una scontistica, di ottenere anche vantaggio sotto l'aspetto tecnico (pensiamo ad esempio alla polizza sanitaria).

Dov'è che abbiamo sbagliato?

Abbiamo sbagliato nell'aver sempre cercato di risolvere il finanziamento delle reti distributive attraverso la polizza pluriennale, questa è la degenerazione di un sistema.

Un sistema si degenerato, che va cambiato nella gradualità. Le aziende, sono sempre più convinto, che non vanno mai spinte, ma accompagnate al cambiamento!

C'è un sistema di remunerazione che va rivisto in una transizione e nel futuro. Nella transizione sicuramente va rivista, ma con modalità diverse la questione della enumerazione. Le nostre agenzie per molto tempo hanno lavorato nel risultato finale e nel consegnare ad un agente subentrante il valore di un'agenzia che era vero 10 anni fa, ma non sarà vero nel futuro. Cioè si consegnava un valore di un'agenzia calcolando le provvigioni a scadere e l'anzianità di portafoglio, oggi un calcolo di valutazione del valore reale dell'agenzia è anacronistico. Consegnare – ad una generazione che subentra – il portafoglio pagato 100 e che vale 60 fa iniziare male il rapporto. Allora dovremmo capire come attribuire un valore di mercato a quella agenzia, un valore diverso, oggettivo e cioè dobbiamo riuscire a definire che un milione di portafoglio gestito possa aver quel valore indipendentemente da dove è gestito e da quanto tempo. Ecco che possiamo cominciare a parlare di futuro e credo che il discorso che sia consigliabile fare non è se sia migliore l'agenzia monomandataria o plurimandataria, ma come rendere possibile la coesistenza tra loro, perché la scelta manichea tra le due è utopistica. Bisogna capire come rendere in equilibrio il sistema dando la pos-

sibilità alle agenzie, che ricordiamo hanno sia l'obbligo giuridico della tutela del consumatore sia l'obiettivo della salvaguardia della redditività propria, di collocare presso altro assicuratore il rischio che la propria mandante decide di non assumere o che il cliente ritiene non soddisfacente alle proprie attese di servizio.

È altra cosa dell'obbligo a contrarre, di cui in questi giorni si fa gran parlare.

La bad company o la si porta da fuori o la deve creare lo Stato. O lo Stato è presente nel prevenire l'attività al delinquere o altrimenti non c'è tariffa che tiene o spostamento di portafoglio. Non è giusto che una parte di quei premi non vada a remunerare il capitale dell'azionista, che non vada a remunerare il capitale dell'agente e non vada a remunerare la qualità del servizio di quel corretto consumatore. Occorre introdurre cultura assicurativa: quando siamo andati a promuovere un'iniziativa di proposta nei confronti del legislatore perché interveniva nella struttura tecnica del bonus malus, la prima cosa che abbiamo percepito è quella di disorientamento: ma cosa importava di questioni tecniche a noi intermediari?

Purtroppo non si comprende diffusamente che in quella filiera c'è un interesse anche per l'intermediario e che l'eventuale inefficacia delle soluzioni normative ricade anche nell'interesse del consumatore: è verosimile che quel minor gettito di premio derivante dalla scomparsa della classe quattordicesima del bonus malus lo pagherà il Sistema, non lo pagheranno né le imprese né le istituzioni né gli agenti, ma credo che lo pagherà il consumatore.

Allora dovremmo fare i conti con una cultura che ormai è trasversale, quella del consumerismo, che non è più un fenomeno da osservare, ma un fenomeno con il quale dialogare e fare insieme scelte.

Noi come UNAPASS abbiamo cercato di promuovere una fondazione che nasce con il nome di un collega, Severo Galbusera, e vogliamo, anche attraverso questa iniziativa, promuovere fra i giovani la cultura assicurativa, che è conoscenza del valore sociale dell'assicurazione.

Abbiamo raccolto in Irlanda un esempio significativo di Compagnia attiva nel sociale; c'è una compagnia infatti che nel tentare di modificare i comportamenti culturali dei giovani automobilisti non ha solamente fatto pubblicità televisiva, ma ha fatto un'altra cosa: ha aperto scuole guida, premiando – con uno sconto maggiore sulle polizze – i giovani automobilisti che passavano il corso con un alto livello. Questo è quello che si definisce una innovazione di sistema e soprattutto fa capire che noi tutti dobbiamo fare di più, prima che intervenga il legislatore.

Questo Paese ha bisogno di regole di liberalizzazione, le liberalizzazioni servono per riportare un tasso di produttività più alto in questo Paese, ricreando le condizioni perché questa economia nel suo complesso sia un'economia che ricominci a correre. Purtroppo se non ci sbrighiamo queste liberalizzazioni possono essere imposte ed il rischio è che prevalga il populismo sul pragmatismo.

Cerchiamo di fare in fretta!