

LE RAPPRESENTANZE, TRA POLITICA E TUTELA

QUALI AMBITI DI TRATTATIVA COMPETONO AI SINDACATI NAZIONALI, E QUALI AI GRUPPI AGENTI? ANCHE SE ALCUNE PREROGATIVE SEMBRANO SOVRAPPORSI, CIASCUNO DEI DUE SOGGETTI DOVREBBE PERSEGUIRE OBIETTIVI DIVERSI. NE HANNO PARLATO, IN UN CONFRONTO A DUE, MASSIMO CONGIU E DARIO PIANA

Qual è il compito principale delle rappresentanze? Disegnare un indirizzo politico per la categoria o limitarsi alla tutela degli iscritti? È una contrapposizione che spesso accompagna molte delle discussioni riguardanti gli intermediari. Una categoria che, come emerge da un sondaggio di **Scs Consulting** e **Insurance Connect** (vedi box) riconosce una funzione indispensabile a sindacati e gruppi agenti. Il tema è stato oggetto di riflessione in un confronto tra **Massimo Congiu**, past president di **Anapa Rete ImpresAgenzia**, e **Dario Piana**, presidente del gruppo agenti Milano Allianz (**Gama**), e a capo del comitato dei gruppi aziendali iscritti a **Sna**.

UN APPROCCIO PRAGMATICO

Secondo Congiu, l'approccio al ruolo della rappresentanza deve essere innanzitutto pragmatico. "È necessario passare dalle chiacchiere ai fatti", esordisce, ricordando che per molti temi occorre trovare soluzioni immediate. "Ogni rivendicazione va negoziata con la propria controparte, ma bisogna entrare nell'ordine delle idee che per fare un accordo ciascuna fazione in causa deve rinunciare a una porzione delle proprie pretese e trovare una sintesi nobile". Uno dei temi che più preoccupa la categoria è quello della redditività delle agenzie. "Trent'anni fa – ricorda Piana – il mercato assicurativo italiano era in mano ad agenti e broker



Da sinistra: **Massimo Congiu**, past president di **Anapa Rete ImpresAgenzia**; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di **Insurance Review** e **Dario Piana**, presidente del gruppo agenti Milano Allianz (**Gama**) e a capo del comitato dei gruppi aziendali di **Sna**

per il 95%. Ancora oggi manteniamo circa l'80% dei premi, nonostante l'arrivo di altri player come le compagnie dirette e le banche. L'agente pertanto era indispensabile 30 anni fa così come lo è oggi". Piana sottolinea che il mercato odierno chiede all'agente soprattutto professionalità, formazione e consulenza: elementi, questi, su cui gli intermediari dovranno puntare con sempre maggiore decisione per mantenere le proprie quote di mercato.

LE VITTORIE DEI SINDACATI

In questo contesto sindacati e gruppi agenti, nei loro specifici ambiti di competenza, devono favorire le condizioni affinché possano essere identificate soluzioni efficaci. Congiu sottolinea che “sia Sna sia Anapa hanno lavorato e stanno lavorando per svolgere appieno il ruolo di rappresentanza che viene loro richiesto”. Ad esempio nel rapporto con le istituzioni. “Se Sna e Anapa non avessero costruito nel tempo un’efficace tela di relazioni, vittorie come quella sul tacito rinnovo delle polizze danni non sarebbero potute arrivare”. Congiu cita anche le collaborazioni *A con A* e *A con B*. “Ai sindacati è stato chiesto di sanare una prassi che avveniva nei fatti tra tanti colleghi. Ritengo che le rappresentanze abbiano lavorato bene. Ma si può fare di più, ovviamente”. Quanto al complesso tema della red-

C'È ANCORA FIDUCIA

Il confronto tra Massimo Congiu e Dario Piana è stato introdotto da **Giorgio Lolli**, manager mercato e finanza di Scs Consulting, che ha presentato i risultati di un sondaggio sulla percezione delle rappresentanze sindacali tra gli agenti. Dalla ricerca emerge una dinamica positiva: il 64% dei rispondenti li considera un veicolo indispensabile per facilitare il dialogo con gli organi istituzionali. Secondo gli intermediari contattati, le priorità di rappresentanza sono il riconoscimento del ruolo professionale a livello contrattuale (indicato dall'85% del campione) e il supporto nel cambiamento normativo (84%).

Tra i temi ricorrenti in merito alle priorità di intervento da parte dei gruppi agenti, indicati liberamente dai rispondenti, emerge l'esigenza della “tutela della redditività di agenzia” ma anche un invito a fare “meno politica e più tutela”: l'eventuale aggregazione di rappresentanze è vista positivamente dagli agenti (74%).

ditività, l'ex presidente di Unapass analizza l'evoluzione del mercato. “La redditività è calata sotto l'aspetto strutturale. Noi abbiamo incassato con il business auto la stessa cifra che incassavamo nel 2002, ma ora in più abbiamo una serie di costi che non sono quelli di 15 anni fa”. Strutturalmente bisogna riflettere su come riqualificare la composizione del portafoglio. Altrimenti, avverte, “non se ne viene fuori, quand'anche gli agenti ottenessero il doppio delle provvigioni. Il mercato auto vedrà una discesa ulteriore dei premi a causa dell'evoluzione tecnologica verso cui sta andando il settore *automotive*”.

TRA PRIMO E SECONDO LIVELLO

Non tutti i temi sono uguali per ogni agente. È quindi indispensabile sottolineare il confine tra ciò che compete alle trattative di primo livello e ciò che rientra nell'ambito del secondo livello. “Sindacato e gruppi agenti hanno compiti diversi”, osserva Piana, ricordando che “il gruppo agenti ha più facilità a trattare con la compagnia perché conosce bene ogni dinamica interna”, mentre il sindacato “deve svolgere la funzione di regolatore in un mondo che cambia velocemente, dove la normativa è continuamente aggiornata. L'importante è che i due soggetti, sindacato e gruppo agenti, capiscano dove sono i propri confini, quando deve fermarsi l'uno e quando deve agire l'altro: i compiti devono essere distinti in modo chiaro”. Per Congiu, “la rappresentanza nazionale costruisce una cornice di principi, ed è importante che i sindacati e i gruppi agenti lavorino in assoluta sintonia”.

STEMPERARE I TONI

Dal confronto è arrivato anche un invito, da entrambe le parti, a stemperare i toni, a volte molto accesi, che hanno contraddistinto negli ultimi anni la contrapposizione tra le diverse rappresentanze. “Credo che non dovremmo fare una guerra denigratoria nei confronti di chi mette il proprio tempo a disposizione per gli interessi comuni”, ha sottolineato Congiu, invitando a “dismettere le casacche delle varie tifoserie”. Una considerazione su cui si è detto pienamente concorde anche Piana. **B.M.**