

ANAPA (SEMPRE PIÙ) CAPITALE

di GIACOMO CORVI

PARLA CARLO PUGLIELLI, PRESIDENTE PROVINCIALE DELL'ASSOCIAZIONE A ROMA. UN DIALOGO FRA SFIDE DEL SETTORE E NUOVE CRITICITÀ, PROSPETTIVE DI ESPANSIONE E MODERNE TECNOLOGIE. CON DUE OBIETTIVI: INCREMENTARE IL NUMERO DI ASSOCIATI E TUTELARE LA CATEGORIA

Carlo Puglielli è il nuovo presidente provinciale di **Anapa Rete ImpresAgenzia** a Roma. Intermediario per **UnipolSai** presso l'*Agenzia Colosseo* della Capitale, Puglielli assume la carica al termine di un più ampio processo di strutturazione territoriale che punta a creare presidi provinciali sull'intera area della Penisola. E, di conseguenza, a rendere più capillare la presenza dell'associazione sul territorio nazionale.

“La crescita delle iscrizioni ha reso necessaria l’istituzione della carica che mi trovo adesso a ricoprire”, spiega Puglielli a *Insurance Review*. In questo contesto, non stupisce che la nomina sia arrivata in concomitanza con un sostanziale rafforzamento del team che lavora quotidianamente nell’intero territorio del Lazio. “Con i colleghi della giunta regionale abbiamo formato un’ottima squadra, che ci consente di presidiare costantemente il territorio e di coadiuvare il lavoro degli organismi nazionali”, osserva Puglielli.

UN DUPLICE OBIETTIVO

L’obiettivo, spiega Puglielli, è duplice. “Puntiamo a incrementare il numero di iscritti e – aggiunge – a coinvolgerli in iniziative volte alla tutela, alla condivisione e alla crescita culturale dell’intera categoria”. Un traguardo ambizioso, visto che, come ammette, “oltre il 50% degli agenti, in questo momento, non ritiene opportuno aderire ad alcuna associazione di categoria”. E che può essere raggiunto soltanto attraverso “momenti di parte-

cipazione attiva, sfruttando tutti i canali di comunicazione disponibili e coinvolgendo anche i rappresentanti dei gruppi aziendali che sono alla ricerca di punti di dialogo e confronto”. Iniziative che, in ultima analisi, possono essere utili a “far comprendere l’importanza e il significato di tralasciare inutili competizioni e di aderire a un organismo nazionale di rappresentanza”.

ALLARGARE LO SGUARDO

La politica di Anapa, a detta di Puglielli, si muove nell’ottica della condivisione. Innanzitutto, com’è naturale, con i gruppi agenti. “Stiamo predisponendo alcuni percorsi comuni – rivela – che consentano di sviluppare strategie utili per il miglioramento dell’organizzazione e della redditività delle nostre agenzie”.

Lo sguardo è, tuttavia, più ampio: non solo intermediari e gruppi agenti, ma anche istituzioni del territorio che operano in ambiti e settori diversi. “Siamo aperti a tutte le iniziative utili alla professione”, spiega Puglielli. Ed è in quest’ottica che vanno letti i contatti in corso con al-

cune associazioni nazionali di categoria, in particolare con professioni ancora prive di albi regolamentati. “Si tratta – precisa – di creare sinergie che possano aiutare a livello commerciale i nostri iscritti”.

A CONTATTO CON ROMA

La sfida è ardua. E diventa ancor più complessa in un territorio come quello di Roma, che presenta numeri e valori decisamente superiori alla media nazionale. “L’area metropolitana della Capitale, in termini di raccolta, rappresenta una percentuale a due cifre dell’intero portafoglio assicurativo del nostro Paese”. E Anapa si presenta nella città forte di “un importante e qualificato numero di agenzie, con portafogli superiori alla media nazionale”.

Posti questi numeri, non sorprende che le tendenze generali risultino amplificate quando si declinano nel territorio della Capitale. Sul fronte dell’Rc auto, per esempio, la gestione della polizza e la riduzione del parco auto circolante hanno comportato a Roma “sofferenze maggiori a causa dell’aumento della concorrenza”.

IN CERCA DI OPPORTUNITÀ

Eppure, le opportunità non mancano. Se l’abbandono dell’Rc auto ha senza dubbio fatto emergere numerose criticità, la trasformazione del settore ha comunque spinto gli intermediari a sondare nuovi ambiti e prospettive. Che possono alla fine rivelarsi più redditizi di quello che si aspetterebbe. Come nel caso, specifica Puglielli,



Carlo Puglielli, presidente provinciale di Anapa Rete ImpresAgenzia a Roma

ANAPA ON TOUR A ROMA

Anapa On Tour approda il 10 ottobre a Roma. Come ricorda Carlo Puglielli, presidente provinciale dell’associazione, l’iniziativa toccherà tutti i punti caldi della distribuzione assicurativa. Molto attesa la sessione dedicata al nuova direttiva *Ida*, affidata a **Massimo Congiu**. Delegato allo studio e alla gestione della novità normativa, il *past president* dell’associazione aggiornerà gli iscritti sullo status della disciplina. E, nell’occasione, cercherà di sciogliere tutti i dubbi su una normativa che appare ancora nebulosa. “Ho difficoltà a giudicare una norma di cui non si conosce ancora il reale impatto”, commenta Puglielli. “Mi sembra comunque di comprendere – aggiunge – che le reti distributive tradizionali continueranno ad avere la giusta considerazione”.

“dell’inquinamento ambientale o dei rischi catastrofali, questioni divenute ormai argomento quotidiano di confronto”.

Roma, in tal senso, non fa certo eccezione. E “l’offerta di coperture sugli immobili, di prestazioni di welfare e altri servizi innovativi possono rivelarsi un’importante opportunità per il settore”. A patto, tuttavia, che “il comparto sia in grado di cogliere queste novità, di acquisire nuove competenze e di allargare il proprio raggio d’azione”.

INSURTECH: NIENTE PANICO

La sfida delle nuove tecnologie appare, invece, meno impervia. Innanzitutto perché, dice Puglielli, “nonostante in passato qualcuno paventasse la nostra scomparsa, gli agenti assicurativi detengono ancora una quota predominante del mercato”. E poi perché bisogna ormai prendere atto che “la tecnologia migliora la nostra vita”. Anche nel mondo delle assicurazioni.

La vera sfida è oggi confrontarsi con “consumatori che modificano le loro abitudini e chiedono servizi sempre più semplici ed efficienti. In questo contesto, l’insurtech costituisce la nuova frontiera. E per farsi trovare pronti alla novità “sarà fondamentale prepararsi in maniera specifica e presiedere il mercato come professionisti pronti al cambiamento”. Magari, conclude Puglielli, anche attraverso “la partecipazione degli agenti, intesi come categoria, a progetti di innovazione e sviluppo su scala nazionale”.

