

Anno XXVI n. 140

Gennaio-Febbraio-Marzo 2022

Pubblicazione trimestrale



L'Agente

di Assicurazione



Rinnovo dell'ANA: posizioni ancora molto distanti

10

I dati
dei clienti
di Claudio Demozzi

17

Donne e uomini
dello Sna
di Alessandro Mich

38

Alla ricerca
delle perle nascoste
di Franco Domenico Staglianò

E se fosse DANNOSO per tutti?

La lenta e continua trasformazione da imprenditore,
manager e professionista a parasubordinato



a cura di
FILIPPO GUTTADAURO LA BLASCA

● ● ●

Credo che all'interno della nostra organizzazione si parli poco della complessa funzione che l'agente di assicurazione svolge quotidianamente nel proprio lavoro.

Su questo assunto, credo, le imprese di assicurazione dovrebbero dibattere, sia con il Sindacato che con i Gruppi

agenti. Viceversa, ritengo che l'industria assicurativa non abbia e non avrà mai interesse a confrontarsi su questi temi, sapendo bene che in tal modo il contraddittorio diventerebbe alla pari con professionisti che hanno la visione necessaria per svolgere il proprio ruolo come imprendito-

ri. Per le mandanti è invece sufficiente che gli agenti sappiano distribuire i prodotti messi loro a disposizione, cercando di drenare la liquidità offerta dal mercato.

La verità, a mio avviso, è che riconoscendo a noi stessi capacità e funzioni, dovremmo rifiutare qualsiasi atteggiamento di subalternità in ogni circostanza ed in ogni occasione.

Vorrei soffermarmi e focalizzare l'attenzione sulle conoscenze e sulle competenze che il nostro lavoro ci porta inevitabilmente ad acquisire per svolgere il ruolo di manager e di professionista della sicurezza.

Dalla mia esperienza trentennale sul campo ho tratto la convinzione che tendiamo a sminuire queste nostre capacità dimenticando che siamo imprenditori e ciò comporta la necessità di saper condurre la nostra impresa - cosa deve sempre prevalere sopra ogni altro aspetto - facendola rendere in modo adeguato a beneficio di sé stes-

si e della propria struttura.

Siamo anche dei manager, perché sappiamo gestire le persone, organizzare il lavoro, far funzionare al meglio una macchina che è sempre più complessa in termini di volumi e numero di addetti coinvolti, che nel tempo tende ad assumere le caratteristiche di piccola di media impresa di servizi.

Siamo inoltre dei professionisti, perché siamo chiamati in prima persona a elaborare quotidianamente valutazioni di tipo tecnico-assicurativo e di risk management.

Come già affermato, le compagnie non hanno interesse a valorizzare tutte queste caratteristiche. Il loro interesse riguarda esclusivamente la vendita (possibilmente di prodotti già preconfezionati e a scarso valore aggiunto per il cliente) e gli aspetti commerciali, oltre naturalmente, guarda caso, la corretta gestione amministrativa dei flussi di denaro.



Dobbiamo essere consapevoli e non confondere le nostre competenze e le nostre esigenze con quelle delle imprese. Ad esempio, quando queste parlano di gestione dei collaboratori si riferiscono alla sola organizzazione degli aspetti commerciali e della vendita, non affrontando, cosa importantissima, il clima aziendale, la soddisfazione delle funzioni, degli incarichi, la crescita professionale, in altre parole il coordinamento strategico-imprenditoriale dell'agenzia.

Dal nostro canto non dobbiamo neanche cadere nella logica dello sviluppo della clientela e del prodotto fondato sugli obiettivi industriali della mandante. È persino lapalissiano affermare l'ovvietà e cioè che la strategia dell'agenzia non è quella dell'Impresa e affidarsi completamente alle logiche delle compagnie è estremamente rischiosa.

Gli interessi, le finalità non sono coincidenti.

Queste riflessioni mi sovengono riflettendo sul nostro ruolo di liberi imprenditori, pur nella specifica anomalia degli agenti di assicurazione da sempre sottoposti a vincoli troppo stringenti da parte delle imprese, ma anche di un Istituto di vigilanza che negli ultimi provvedimenti, di fatto, mette mano anche ai metodi della distribuzione, senza nessun contraddittorio con la controparte. E per questo, ritengo sia opportuno intavolare la rivendicazione di una presenza degli agenti, attraverso l'organizzazione sindacale negli organismi dell'Istituto di vigilanza che regolano l'accesso alla professione e l'impianto sanzionatorio.

Vincoli e anomalie si ripetono continuamente. Sono presenti anche nella documentazione in pubblicazione consultazione: "Schema di regolamento IVASS recante disposizioni relative alla comunicazione all'IVASS di dati e informazioni sui premi danni raccolti dalle Imprese attraverso i singoli Intermediari e tramite attività direzionale". In particolare, mi ha colpito l'articolo 4 del capo II – "Trasmissione annuale delle informazioni sull'attività assicurativa svolta nei rami danni:

1. Le imprese operanti nei rami Danni inviano annualmente all'IVASS, entro il termine del 30 giugno informazioni sull'attività assicurativa svolta in Italia.

2. Le imprese di cui al comma 1 trasmettono le informazioni relative ai premi nei rami danni riferiti a ciascun intermediario assicurativo e quelli raccolti tramite attività direzionale, fornendo altresì evidenza specifica dei premi e delle corrispondenti polizze relativi ai rami RC auto (ramo 10), RC generale (ramo 13) e Cauzioni (ramo 15), mediante la compilazione della sola sezione "Intermediari" del documento richiesto alle imprese che operano nei rami Vita, di cui all'art. 28-sexies del Regolamento emanato in attuazione del decreto legislativo 21 novembre 2007, n. 231".

In altre parole, ora oltre a come dobbiamo lavorare, produrre e organizzarci, le imprese dovrebbero svolgere il compito di monitorare continuamente la nostra attività di agenti in virtù, ahimè, di quel vincolo di mandato che ci

lega a loro. Ma perché anche riguardo alla nostra struttura di cui noi siamo, come imprenditori, i soli responsabili?

Perché questa lenta quanto costante trasformazione della distribuzione agenziale in un vero e proprio sistema di franchising assicurativo?

Mi sembra che con gli ultimi provvedimenti si tenda a modificare radicalmente la nostra fisionomia da liberi e autonomi imprenditori a parasubordinati, una figura ibrida che abbiamo sempre contrastato e che forse può incontrare il favore di qualche altra organizzazione, ma certo non dello Sna.

Se le compagnie vogliono una rete distributiva di dipendenti o di para-dipendenti, da poter controllare gerarchicamente, lo dicano apertamente, ci si confronti su questo aspetto, forse potrebbero ottenere la condivisione della sigla sindacale minoritaria che già ci assimila ai dipendenti di compagnia. Non possono però continuare a confidare sull'Istituto di vigilanza che, attraverso norme e regolamenti tende, in una lenta e continua, a trasformare il nostro ruolo e la nostra funzione assoggettandoci sempre più alle mandanti. Tutto questo mi sembra dannoso anche per le stesse imprese. Ci sono occasioni e tavoli dove confrontarsi e affrontare questi aspetti, ad esempio il tavolo per il rinnovo dell'Ana, ma se ne possono creare altri, al fine di elevare e non ridurre il ruolo insostituibile degli agenti.

Continuando in questa direzione si corre invece il rischio di vedere dissolvere un'intera categoria che ha prodotto e continua a generare ricchezza sia per l'Italia che per la stessa industria assicurativa alla quale mi pare si possa imputare la miopia di voler tirare il collo alle galline che producono giornalmente uova d'ORO.



Appello di un **VETERANO SNA** alla condivisione sindacale

Perché il tuo avversario non sia anche il tuo nemico



a cura di
FILIPPO GUTTADAURO LA BLASCA

● ● ●

Da attento osservatore e attivo partecipante alla vita dell'organizzazione Sna, nonché socio onorario della stessa, mi sento di rivolgere una perorazione affinché siano lasciate alle spalle le contrapposizioni, i distinguo - a volte più personali che strategici - che provocano divisione nel fronte della rappresentanza generalista e aziendale.

Le rendite di posizione, laddove ve ne siano ancora, non sono più comprensibili per decine di migliaia di colleghi, dipendenti e collaboratori che vivono e soprattutto vivranno gli effetti di una crisi economica pesantissima, con ricadute certamente gravi anche sul comparto assicurativo.

Più di sempre oggi servono coraggio e visione strategica, di prospettiva, per la costruzione di un futuro reso incerto dagli orientamenti strategici dell'industria assicurativa.



Un cambio di passo nei confronti delle imprese, una rinnovata centralità degli intermediari

È ora di fare scelte coerenti e strategiche per riconquistare la scena e il centro della discussione sulla distribuzione assicurativa, contro l'asservimento alle mandanti che perseguono le loro logiche multicanale, cercando di conquistare quote di mercato mediante la gestione del rapporto con il cliente in modo diretto. È necessario ripensare le relazioni industriali con le imprese e i rapporti con le istituzioni con l'obiettivo di conservare e se possibile migliorare, la nostra centralità nella distribuzione.

Occorre affrontare la transizione digitale nelle assicurazioni, facendola diventare nostra e facendo in modo che la tecnologia si adatti alle necessità delle agenzie, affinché esse riescano a raccogliere i contratti oggi intercettati dalle Imprese e dai canali non professionali a discapito delle agenzie e che nei prossimi anni potrebbero spostarsi a favore del web e dei social media.

Ambienti virtuali che non danno quel valore aggiunto rappresentato dalla consulenza degli agenti e dal rapporto personale, anche se resta un fatto ineludibile e indiscutibile che gli strumenti di raccolta tecnologica aumenteranno nel tempo la loro quota di mercato.

Il mondo delle assicurazioni è stato travolto dalla digitalizzazione, ma la missione fondativa dell'organizzazione di rappresentanza generalista non cambia, anzi, dovrà evolversi affrontando le modernità rappresentate da questi strumenti, mettendoli a proprio vantaggio.

Per questo necessita rafforzare e qualificare il progetto sindacale, attraverso un suo nuovo radicamento tra gli operatori della distribuzione e mediante un vero e proprio processo costituente di una grande compagine sindacale, perché non una federazione, che accresca la difesa del ruolo e delle funzioni di tutti gli intermediari assicurativi,

compresi i broker e i subagenti, attraverso il confronto e il sodalizio con le loro rappresentanze.

Se si resta e si procede da soli non si vince la sfida della riqualificazione professionale. La via giusta consiste piuttosto nel superare il criterio della contrapposizione tra iscritti nelle diverse iscrizioni al Rui. Ci si salva agendo insieme e non uno per uno, con piccole organizzazioni deboli sul piano culturale nell'elaborazione ideale e nella valorizzazione professionale, quanto piuttosto tornando al centro della discussione con una funzione sociale alla pari con tutte altre professioni, nell'intento di interpretare anche le istanze delle giovani generazioni, delle nuove forze professionali che dovranno portare avanti questa bellissima e unica professione. Mi rivolgo e faccio un appello a tutti, affinché l'ambizione di governare questa straordinaria fase di cambiamento, non sia lasciata a esclusivo appannaggio delle imprese e dei vari regolatori del mercato e affinché le organizzazioni di rappresentanza si mobilitino unitariamente per far continuare a vivere quest'attività di elevato valore sociale.



Affinché il tuo avversario non sia il tuo nemico

Mi è tornato in mente in questi giorni, a distanza di un anno, un passaggio del discorso programmatico di Joe Biden, pronunciato mercoledì 20 gennaio 2021 al momento del suo insediamento a capo del governo americano.

L'invito alla riflessione su quel brano del giuramento, che di seguito riporto, espresso dal 46° Presidente degli Stati Uniti, Biden, non deve essere preso come una semplice provocazione ad effetto, ma come un invito al ragionamento su un aspetto che apparentemente può sembrare di poco peso, ma che in verità, rispetto alle grandi organizzazioni di rappresentanza e al loro ruolo strategico, di proposta e di programma, è importantissimo se vogliono uscire dalla palude burocratica nella quale tanto le imprese quanto l'Istituto di vigilanza hanno spinto la nostra Categoria.

La frase pronunciata da Biden è la seguente: "La politica non deve essere lotta fratricida, per fare progressi dobbiamo smettere di trattare i nostri avversari come nemici". Ciò è vero, a mio avviso, anche nel nostro caso, se vogliamo fare progressi verso il miglioramento del nostro lavoro e del nostro ruolo essenziale nella società italiana. Se ripercorriamo gli ultimi anni ci accorgiamo che lo Sna è diventato un'organizzazione propositiva, che detta l'agenda dei lavori, presentando proposte concrete e operative e che gli altri della catena distributiva, devono inseguire.

Ricordo la politica distributiva sul plurimandato e in seguito sulle collaborazioni orizzontali che persino il legislatore aveva inteso con questo fine: "favorire il superamento dell'attuale segmentazione del mercato assicurativo e accrescere il grado di libertà dei diversi operatori", cercando di liberare la categoria da lacci e laccioli e allo stesso tempo fornendo agli intermediari capacità professionale e metodologica nel rispetto del proprio ruolo.

Non voglio sottrarmi al confronto ideale sul concetto che senza un avversario non c'è gara e dunque non c'è vittoria. Non c'è merito, né credito, né gloria, né talento. Tutti sappiamo bene che senza avversari non esisterebbero sport e gare in generale. In effetti, grazie all'esistenza dell'avversario si può giocare una partita. E poi senza il rischio di perdere non ci sarebbero neanche il piacere e l'orgoglio della vittoria, tant'è che più è forte il tuo avversario, tanto più ci metti impegno e vigore nel raggiungere il risultato e tanto più grande è la soddisfazione. Per questo auspico che si possa identificare ogni concorrente o avversario in un rivale, ma non ogni rivale in un nemico e ogni competizione in un conflitto.

Se competere è naturale, mi sembra dispersivo soprattutto quando i soggetti (in questo caso le organizzazioni di rappresentanza) si propongono di raggiungere un medesimo obiettivo, non trovare elementi di sintesi, in una situazione peraltro in cui non tutti possono farcela da soli. In una situazione dove le forze in campo sono notevolmente impari.

Competere e cooperare stanno alla base del mio ragionamento, più semplicemente: l'idea di base della competizione è che, se qualcosa da vincere c'è, vincerà il più adatto, il più abile, il più innovativo, il più meritevole, o chi ha una visione progettuale a difesa della categoria migliore.

Modifichiamo quindi il verbo concorrere con la locuzione "correre insieme".

Non possiamo sempre identificare l'avversario con un nemico e disperdere energie sognando di azzerarlo. Anche il concetto di "rivale" non deve implicare un antagonismo protratto nel tempo, interiorizzato e radicato tanto da durare perfino quando i motivi originari della competizione sono ampiamente superati e, forse, dimenticati. Occorre, se c'è qualcosa di personale che riguarda l'identità soggettiva, superarla e con essa superare anche la logica del mors tua vita mea.

Una volta caduti i valori ideologici e in fondo credo che nelle organizzazioni di rappresentanza della nostra categoria non ci siano mai stati, dobbiamo individuare l'avversario, o meglio gli avversari che per noi sono e restano esclusivamente le imprese, portatrici di interessi e finalità ben differenti dai nostri.

Nei colleghi che in qualche modo si lasciano influenzare dalle fake lanciate dalle mandanti, dobbiamo saper suscitare il bisogno del confronto, cui noi stessi non possiamo sottrarci avviando una competizione sulle idee e sui progetti, non sui pregiudizi.