

Collaborazione tra intermediari, l'Ania dice no

Il Decreto Sviluppo bis? "Inaccettabile e penalizzante per le imprese italiane"

Una norma di "civiltà e progresso" la definisce il presidente **Ania Claudio Demozzi**, "un'occasione importante per rendere il mercato assicurativo ancora più concorrenziale" gli fa eco **Massimo Congiu** di Unapass. Ma sull'entusiasmo suscitato dal provvedimento del Decreto "Agenda digitale e crescita" che in materia di distribuzione assicurativa sancisce la possibilità per gli intermediari di collaborare con qualsiasi altro soggetto iscritto al Rui, si abbatte la scure dell'**Ania**.

La replica dell'Associazione nazionale fra le imprese assicuratrici è senza appello: da un lato infatti la norma viene giudicata "inaccettabile e penalizzante per le imprese italiane" sul versante della concorrenza internazionale perché permetterebbe ai competitors esteri di entrare sul mercato italiano "senza sostenere i costi di creazione della rete"; dall'altro sostiene l'Ania "lungi dal portare vantaggi ai consumatori, comporterà danni in termini di aumento dei costi delle polizze e di riduzione della qualità del servizio agli assicurati".



Aldo Minucci, presidente Ania

ALLUNGAMENTO DELLA FILIERA PRODUTTIVA

Rispetto a quest'ultimo punto, si legge ancora in una nota dell'Associazione, il fatto di permettere alla rete di distribuzione di collocare prodotti di compagnie diverse da quelle da cui hanno ricevuto un mandato, "non può in alcun modo essere interpretato come un esempio di liberalizzazione". Invece di favorire la concorrenza, questo provvedimento "creerà una giungla senza regole che determinerà un aumento dei costi di distribuzione, come sempre avviene quando per lo stesso prodotto si pagano più intermediari, ossia quando si allunga la filiera produttiva". Infine, Ania richiama l'attenzione sugli investimenti che fino ad oggi le compagnie hanno fatto nei confronti della rete agenziale, in termini di formazione e disponibilità dei sistemi operativi e dei locali, allo scopo di offrire al cliente un valore aggiunto e distinguersi dalla concorrenza.

"Scardinando questo sistema - sottolinea Ania - si mina alla base il rapporto di fiducia che intercorre fra agente e compagnia" e ci si espone ad un altro rischio, quello che "senza più investimenti da parte delle imprese sulle reti di vendita, resisteranno solo gli operatori di grandi dimensioni". Insomma, l'applicazione di questa norma imporrebbe una revisione completa degli "assetto negoziali ed economici dei contratti di agenzia nell'ambito di un più generale ripensamento delle strategie di distribuzione". Un'operazione complessa e soprattutto, secondo Ania, "non risolutiva dell'unica criticità assicurativa nazionale, la Rc auto". E se ancora viene ribadito l'auspicio di poter addivenire a soluzioni "condivise, efficaci nella protezione del consumatore e atte a favorire lo sviluppo del mercato", la nota dell'Associazione delle imprese si chiude con un'ultima dura considerazione, quella che "le compagnie italiane non possono essere considerate un interlocutore solo quando si tratta di finanziare il debito pubblico".

Diana Pastarini