

## ACCORDO POSTE – GENERALI – UNIPOL SULLA RC AUTO. CIRASOLA: «DA SUBITO ABBIAMO CONTESTATO L'OPERAZIONE E OGGI IL PROGETTO INIZIALE E' STATO RIDIMENSIONATO»

11 Giugno 2020

*Il presidente del Gruppo Agenti Generali Italia e di Anapa Rete ImpresAgenzia spiega a Tuttointermediari.it la sua posizione su una questione che negli ultimi giorni sta facendo discutere il mondo della distribuzione "fisica".*



*Vincenzo Cirasola*

La questione relativa all'ufficialità dell'accordo di collaborazione fra Poste e i gruppi Unipol e Generali sulla Rc auto tiene banco. Dopo aver pubblicato, ieri, il commento di Claudio Demozzi, presidente del Sindacato nazionale agenti, ora è la volta di quello di Vincenzo Cirasola, che a Tuttointermediari.it ha rilasciato una lunga dichiarazione nella doppia veste di presidente del Gruppo agenti Generali Italia (Ga-Gi) e di Anapa Rete ImpresAgenzia.

Cirasola ricorda che sin da subito, a febbraio 2018, era intervenuto in tutte le sedi (Governo, Agcm, stampa, top manager di Generali Italia) «per contestare e bloccare tale operazione». E anche Tuttointermediari.it aveva scritto in occasione di una lettera dello stesso Cirasola indirizzata al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e di uno scambio di lettere fra i vertici del Leone e il gruppo agenti storico.

*«Purtroppo nessuno, neanche i nostri consulenti legali, hanno affermarono che l'operazione fosse illegittima sul profilo tecnico e attaccabile come posizione dominante», confessa Cirasola. «Tutti mi risposero, a partire dall'Antitrust, interpellata in via informale, e quindi il Mise, che il progetto rientrava nei normali investimenti aziendali in un libero mercato, finalizzato oltre che a fare business anche per aumentare la libera concorrenza nella Rc auto. A tal proposito, corre l'obbligo ricordare che fu proprio la politica di una parte degli agenti, nel 2012, a sollecitare nel Decreto Crescita una maggiore concorrenza con la richiesta del "plurimandato obbligatorio" tanto che fu inserito l'obbligo di tre preventivi. Un provvedimento che, grazie alle proteste e all'azione di una parte di altri agenti, tra*

*i quali il sottoscritto, tramite il movimento “Coraggio di Cambiare” (del quale ero il fondatore insieme a Carla Barin) e di Unapass, fu abrogato e sostituito con le “collaborazioni orizzontali”».*

Il presidente di Anapa e del Ga-Gi, analizzando il caso, ritiene meritevole porsi una domanda, «a cui non è facile rispondere: Per noi agenti è meglio che Poste Italiane faccia le polizze con una compagnia del gruppo della propria mandante, così eventualmente può gestire meglio la tariffa, oppure con una qualsiasi altra compagnia del mercato? In ogni modo, a seguito anche delle azioni e proteste di Anapa e Ga-Gi, insieme agli altri gruppi agenti di Generali Italia, oggi la questione è molto più ridimensionata rispetto al progetto iniziale, che prevedeva che nei 13.000 sportelli di Posta si vendesse direttamente polizze Rc auto col marchio di Generali Italia (col Leone alato rosso) o di altre primarie compagnie».



Cirasola si riferisce al fatto che a proporre le polizze Rc auto («limitatamente ai soli dipendenti e famigliari delle Poste, e non a tutto il mercato, almeno per il momento», fa notare) è una società di brokeraggio di proprietà delle Poste (Poste Insurance Broker). L'operazione, inoltre, riguarda «solo due brand di compagnie telefoniche Genertel e Linear che non hanno una rete di agenti, e che dopo 25 anni che sono sul mercato, hanno dimostrato di non poter crescere oltre il 5% di market share, mentre noi agenti continuiamo a gestire oltre l'80%».

In conclusione, Cirasola rimane della stessa opinione detta e scritta nel 2018: «Non è accettabile che una società il cui 35% è ancora in mano a Cassa Depositi e Prestiti, la cui forza è determinata dalla capillarità territoriale costituita da 13.000 sportelli in tutta Italia realizzati a suo tempo con soldi pubblici, decida di fare concorrenza ai privati sfruttando la propria posizione dominante. La Rc auto è un mercato delicato e in piena trasformazione che oggi più che mai richiede una consulenza professionale e specialistica. La raccolta premi degli ultimi dieci anni si è ridotta di circa 10 miliardi e questo può far pensare che sia un prodotto-commodity, niente di più sbagliato. Anche in questo ramo il cliente sottoscrittore deve essere accompagnato da professionisti che sappiano spiegargli tutti i dettagli della polizza e lo tutelino, in risposta anche allo spirito delle direttive europee di nuova emanazione, come per esempio la Idd. Ripeto, non siamo contrari alla concorrenza purché tutti gli attori agiscano nello stesso playing field».



**Fabio Sgroi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA