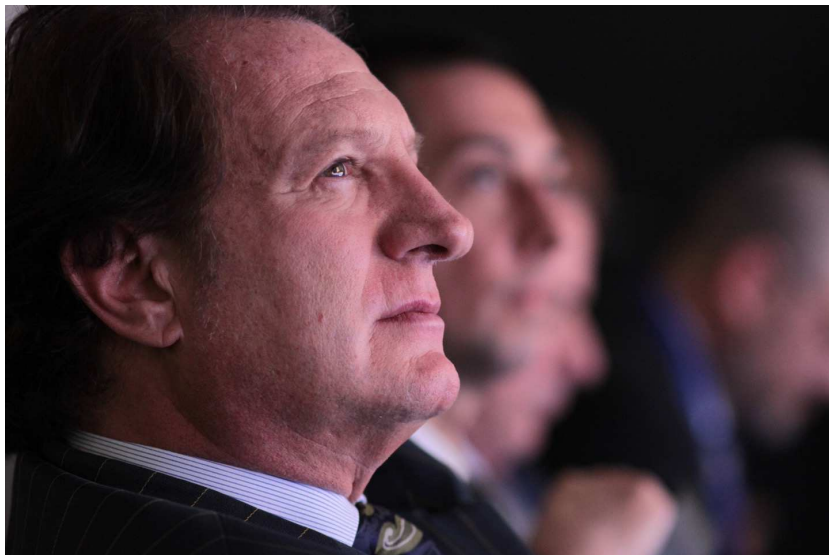


Cirasola (ANAPA Rete ImpresAgenzia): «Le Poste? Facciano il loro mestiere che alla Rc auto pensiamo noi agenti»

10/07/2018



(a cura di Marco Traverso)

Il presidente nazionale di ANAPA Rete ImpresAgenzia, **Vincenzo Cirasola** (nella foto), contesta il progetto di **Poste Italiane** di entrare nel mercato della distribuzione delle polizze assicurative e mostra le azioni messe in atto dall'associazione da lui guidata per contrastare il progetto, che nascerebbe grazie a una partnership con una o più compagnie di primo livello. Secondo il presidente di ANAPA, il disegno pare chiaro: individuare uno o più partner, per vendere nei 1300 sportelli "gialli", in una prima fase polizze Rc Auto, senza escludere, in un secondo momento, di «*attaccare*» il mercato dei rami Danni.

Presidente Cirasola, lei è stato il primo a scendere in campo contro il progetto lanciato lo scorso febbraio da Poste Italiane. Cosa la intimorisce?

Le Poste, a mio avviso, dovrebbero potenziare di più il servizio di mailing, che sembra non essere più la loro attività core, invece che continuare a entrare in mercati di cui non hanno competenza, come i servizi finanziari e assicurativi. Il mercato della Rc auto, dove in questo momento anche i canali distributivi tradizionali faticano e non poco, è in piena trasformazione, molto delicato e richiede professionalità che vanno al di là della pura vendita di un prodotto. ANAPA Rete ImpresAgenzia, già da diversi mesi, con azioni concrete e con un costante dialogo ad ogni livello si sta muovendo con decisione su più fronti per contestare e contrastare questo progetto, che riteniamo inaccettabile e controproducente.

Anche sul piano del business, si deve considerare che la Rc auto è di fatto un mercato saturo e in contrazione, sempre più competitivo e aggressivo, caratterizzato da un calo dei premi che in dieci anni, dal 2008 al 2018 ha perso circa dieci miliardi di Euro, e le prospettive sono di un'ulteriore diminuzione. Che tipo di valore aggiunto potrà portare Poste a questo mercato? Un ulteriore player che farà guerra sui prezzi? Avevo già lanciato l'allarme fin da subito, anche perché tra le varie ipotesi di partnership rientrava anche la mia mandante (**Generali Italia, ndIMC**). Quindi, in prima persona, ho espresso sin da subito un fermo parere negativo, sia sul piano politico, sia su quello del business.

Quali sono le azioni che avete messo in atto?

ANAPA ha portato avanti un'azione volta innanzitutto a verificare la legittimità dell'eventuale operazione sul piano giuridico e della concorrenza. Abbiamo poi preso contatti con il mondo politico per spiegare le ragioni profonde della nostra contrarietà. Per noi è inaccettabile che una società come le Poste (di cui il 35% è ancora in mano a **Cassa Depositi e Prestiti**), la cui forza è determinata dalla capillarità territoriale – ricordiamo che hanno 13mila sportelli in tutta Italia, realizzati a suo tempo con i soldi pubblici –, decida di fare concorrenza ai privati.

Va poi rimarcato un paradosso: che vantaggio avrebbe una compagnia a trasmettere il proprio know how a Poste per poi farsi fare concorrenza e perdere ulteriori quote di mercato? Viene a questo punto da chiedersi come mai oggi si cerchi di fare business su un settore, come la Rc auto, in cui la marginalità è sempre più bassa e sul quale le compagnie lamentano sempre situazioni critiche, riducendo le provvigioni ai propri intermediari.

Secondo lei, un'impresa italiana ha la forza per rifiutare quando a bussare alla porta arriva la “politica” che chiede di “dare una mano” a un colosso pubblico come le Poste?

Io lo trovo politicamente scorretto e grave per questo lo contesto con fermezza. Per tale ragione, auspico che il governo, che si è definito “*del cambiamento*” formato da Lega e Movimento 5 Stelle, voglia intervenire affinché questo disegno non vada in porto, ascoltando i nostri consigli e le nostre preoccupazioni, cercando così di preservare i circa 250.000 posti di lavoro che operano nel mondo dell'agenzie di assicurazioni, tra agenti, impiegate amministrative e collaboratori commerciali.

Ma non crede che gli agenti potrebbero trarre dei vantaggi nel caso la propria mandante decidesse di essere “partner” di Poste Italiane?

Mi verrebbe da dire: “*Comunque, vada siamo rovinati*”. Mi risulta poi che Poste, per non “*scontentare*” nessuno voglia essere “*buona*”, e dare un pezzettino di business alle più importanti imprese del mercato italiano, comprese quelle estere. Sono altresì convinto che la Rc Auto sia solo il primo passo, per poi ampliarsi nel mercato dei Danni.

Ma lei è realmente convinto che Poste farà chiudere delle agenzie di assicurazioni?

Nonostante il probabile ingresso sul mercato dell'auto di un operatore come Poste Italiane e della recente scesa in campo nel settore anche del canale bancario, rimango con la mia innata visione ottimistica del futuro della nostra professione e soprattutto voglio confidare nel senso del dovere di protagonisti e governo: non è possibile che questa operazione vada avanti nel generale disinteresse con il rischio di distruggere una professione pluri-centenaria, che svolge oggi una missione fondamentale: assistere il consumatore in un comparto negoziale complesso come quello assicurativo in cui non basta essere meri venditori ma occorre una competenza e una elevata consulenza professionale, come appunto obbliga la nuova normativa recepita dall'IDD. Né voglio immaginare si possa gestire con altrettanta superficialità l'emergenza occupazionale che si creerebbe poiché si manderebbe il tilt l'intero settore degli agenti.

Non ci sono riuscite le compagnie dirette, le quali nonostante siano trascorsi oltre 20 anni dalla loro nascita, oggi hanno poco più del 5% del mercato RCA e non riescono più a crescere e devo confidare non ci riuscirà questa operazione. Dalla nostra abbiamo competenza, capacità di consulenza ed empatia. Un valore aggiunto che ci conferisce una peculiarità e un vantaggio che nessun competitor potrà mai eroderci.