

La pluriennalità deve restare una libertà

Più attenzione al rispetto delle esigenze dei clienti delle assicurazioni

Lo scorso giugno il comparto assicurativo, sull'unilaterale convincimento dei «fabbricanti di polizze», fa un apparente passo indietro, riabilitando la pluriennalità nei rami danni.

Inascoltata la posizione unanime e condivisa degli intermediari in assicurazione, si è tradotto in realtà il rischio di una restaurazione degli equilibri del passato, a detrimento dei consumatori e degli stessi agenti.

La rilettura dell'istituto della poliennalità da parte della stragrande maggioranza delle compagnie quale strumento necessario a vincolare a sé agente e cliente, è infatti soltanto un grossolano, parossistico tentativo di tutelarsi contro l'ipotetico ricorso delle reti al plurimandato, ergo contro l'erosione del proprio portafoglio a vantaggio della concorrenza.

E come la pluriennalità dovrebbe restare una facoltà da rimettere all'esclusivo giudizio del cliente, così il plurimandato dovrebbe essere egualmente letto come una facoltà rimessa all'insindacabile giudizio dell'agente-imprenditore e non come strumento teso ad alimentare strumentalizzazioni da parte della categoria nelle relazioni contrattuali.

La reinterpretazione dell'istituto della pluriennalità pro domo propria da parte delle compagnie, rischia di rimettere in discussione le relazioni industriali che intercorrono tra Agenti e Compagnia, laddove atti di imperio interamente focalizzati sull'incentivazione dei soli contratti pluriennali non tengono conto dell'impegno profuso dalle rispettive reti nell'arco degli ultimi anni nei processi di annualizzazione del proprio portafoglio e di fidelizzazione della clientela con evidenti nuovi maggiori costi e ripercussioni nella gestione dei rispettivi appalti agenziali.

La prassi ha già ampiamente dimostrato come la negoziabilità annuale dei contratti assicurativi abbia assunto nell'immaginario

collettivo un valore unico: ecco perché la sottoscrizione di una polizza poliennale, come pure la sua rescindibilità, deve restare una facoltà e non un obbligo per ogni assicurato, laddove l'obbligatorietà discende da una coercitiva strategia di vendita.

Per il bene di consumatori e compagnie, nessun «piano incentivi danni» dovrebbe perciò prevedere misure di incentivazione difformi tra contratti poliennali e annuali. Diversamente, si legittimerebbe la coesistenza di un conflitto di interessi tra il volere «supremo» della mandante, l'interesse del cliente e l'impegno profuso fino a oggi dalle imprese-agenzie che stanno faticosamente investendo per collocare la produzione retail con contratti di durata annuale.

Solo attraverso una remunerazione costante nel tempo si possono creare appalti forti, autorevoli e in grado di sostenere i periodi di estrema difficoltà economica come quello attuale.

E che dire dell'adeguatezza, e delle ricadute che deriverebbero alla categoria in termini di costi e di responsabilità per tutti quei casi che domani dovessimo catalogare nell'archivio dei disastri figli dell'incentivazione? Rispetto alle innumerevoli adempimenti che quotidianamente siamo chiamati ad osservare (una su tutte, l'informativa precontrattuale), non sembra ci sia stato alcun segno da parte delle compagnie o dell'organo di vigilanza o dello stesso legislatore di voler sollevare la categoria da responsabilità figlie di obblighi che, di fatto, dovrebbero essere assolti ab origine dalle

mandanti. Quali sarebbero le conseguenze, in termini di costi e responsabilità su un prodotto pluriennale, rescindibile allo scadere del sesto anno, se dovessimo fare anche da parafulmine per le conseguenze di un sinistro non pagato?

Gli agenti non vogliono essere additati dall'Antitrust, dai sindacati di categoria, dal mondo politico e soprattutto dalle associazioni dei consumatori come i coprotagonisti di un processo involutivo che nulla ha a che vedere con il progredire dei sistemi economici e finanziari di tutti i paesi europei. Essi vogliono, invece, poter lavorare senza essere «incanalati o deviati» da effimeri e temporanei incentivi.

Abbiamo dato voce, in tempi non sospetti, alla necessità imprescindibile di potere esercitare il diritto-dovere di consigliare al cliente il miglior prodotto, avendo cura di interpretarne le esigenze ed evidenziando nella modulistica relativa all'adeguatezza del prodotto lo sconto di prezzo per l'utente tra la polizza annuale e quella poliennale. E in questo senso vogliamo proseguire.

Da qui l'accorato appello ad una rilettura congiunta dell'istituto della poliennalità, affinché questa non ingeneri nuove e inattese diseconomie in capo alle imprese agenzie, ovvero responsabilità di cui dovrebbero farsi carico in via esclusiva le sole mandanti, e perché la pluriennalità venga strutturata e rivista su particolari prodotti e garanzie (per esempio ramo malattia) che mirano all'esclusivo interesse dell'assicurato e per le quali è certamente

ragionevole consigliare al cliente una durata non solo quinquennale, ma anche decennale o a vita intera, come esiste in altri Paesi più evoluti. Il tutto condito dal mantenimento di un equo e costante sistema di remunerazione.

Vincenzo Cirasola -
presidente Gaa Generali e presidente prov.
le Sna di Bologna

APPUNTAMENTI

Formazione dei quadri Sna

Parte domani, con la tappa veneziana, il ciclo di conferenze formative per i presidenti provinciali Sna

15-16 gennaio 2010 - Venezia - Omnia Hotel - Noventa di Piave (Ve)

29-30 gennaio 2010 - Barletta

12-13 febbraio 2010 - Abbasanta (Or)

19-20 febbraio 2010 - Milano

26-27 febbraio 2010 - Roma