

46^a ASSEMBLEA GENERALE

RICCIONE, 11-12-13 MARZO 2010

RELAZIONE DEL COMITATO ESECUTIVO

RELAZIONE DEL COMITATO ESECUTIVO

UIA: MOTORE DEL NOSTRO FUTURO

Signor Presidente dell'Assemblea, care Colleghe, cari Colleghi e gentili Ospiti, benvenuti a Riccione ai lavori della 46^a Assemblea Generale dell'Unione Italiana Agenti Allianz.

Ci rendiamo conto che iniziamo questa relazione con un argomento doloroso, ma non possiamo non ricordare che dopo poche ore dal termine dei lavori del nostro ultimo Congresso di Milano, ci siamo trovati, il 6 aprile 2009, di fronte l'immane tragedia del terremoto in Abruzzo. Tutti noi abbiamo ancora davanti agli occhi le terribili immagini, diffuse dai media, a testimonianza del disastro e dei lutti patiti dai nostri connazionali e le difficoltà in cui si trovano, ancora oggi, nonostante gli interventi concreti e gli atti di solidarietà giunti da ogni parte d'Italia e del mondo.

Anche UIA ha cercato di fare tutto il possibile per aiutare i Colleghi Abruzzesi e le loro famiglie, partecipando all'iniziativa promossa da Allianz insieme agli altri Gruppi Agenti Allianz Lloyd e Allianz Subalpina ed alle altre Società del Gruppo.

Come Vi è noto, oltre ai supporti di prima necessità forniti nei giorni immediatamente successivi all'evento, (ringraziamo il tempestivo intervento del Regionale UIA) è stato poi costituito un Comitato Pro Abruzzo composto da tutte le aziende del Gruppo Allianz e dai rappresentanti dei Gruppi aziendali. Si è potuto così coordinare la raccolta fondi e tutte le iniziative utili ad alleviare le sofferenze e soddisfare, almeno in parte, le necessità dei nostri Colleghi, che, oltre ai problemi già esistenti, si sono trovati in una situazione professionale e personale veramente critica.

Il 16 dicembre scorso il Comitato ha raggiunto il suo scopo, distribuendo i fondi disponibili agli aventi diritto; vogliamo ringraziare tutti coloro che hanno contribuito, in base alle loro possibilità, dimostrando sensibilità e spirito di appartenenza anche, e soprattutto, in un momento di estrema necessità dei nostri Colleghi e delle loro famiglie. Ancora grazie di cuore a tutti.

Cari Amici,

siamo all'atto conclusivo di un triennio intenso, complicato, costellato da una serie di accadimenti, alcuni dei quali apparentemente illogici ed immotivati, eppure tutti collegati tra loro indissolubilmente da motivazioni ed interessi diversi.

Saremo anche ripetitivi, ma dobbiamo ricordare che l'attenzione di tutto il mercato assicurativo è rivolta principalmente al sistema distributivo, in cui, fino ad oggi, e noi ci auguriamo anche in futuro, l'Agente ha recitato il ruolo di protagonista assoluto.

Naturalmente non sempre questa attenzione è benevola e spesso alcune iniziative danno lo spunto ad interrogativi inquietanti.

Ad esempio, l'Istituto di Vigilanza vigila sulle Imprese o sugli Intermediari? Ed ancora, i Consumatori, o meglio i Clienti come preferiamo chiamarli noi, ci percepiscono come valore aggiunto o come ostacolo per avere riduzioni del costo delle polizze?

E le Compagnie, al di là di scontate dichiarazioni di Managers, attribuiscono ancora all'Agente un ruolo centrale nel futuro della distribuzione, o puntano a costruire prodotti e processi funzionali ad una distribuzione forse meno qualificata, ma sicuramente meno costosa?

Rispondere a queste domande è presupposto fondamentale per provare a interpretare lo scenario futuro del mercato assicurativo in Italia, e soprattutto per decidere cosa dobbiamo fare noi Agenti per mantenere la nostra leadership.

Ed allora, se ci siamo posti domande su Isvap, Consumatori ed Imprese, poniamoci una domanda su noi stessi:

in un mercato che cambia, con una distribuzione che qualcuno vuole cambiare, quale profilo di relazione intrattenere?

Confronto o scontro?

Riusciamo con coerenza a farli convivere?

Quale determinazione, tutti, non solo le rappresentanze, dobbiamo preventivare? Quale disponibilità tutti, tutti noi in questa sala, siamo disposti a mettere in gioco? Quale confine fissiamo al nostro personale interesse, spesso di brevissimo periodo, rispetto a temi di più ampio e largo respiro che talvolta ci appaiono lontani e che a noi, noi singoli, sembrano non appartenere, presi come siamo dal travagliato quotidiano?

Il tema è complicato ma è anche vitale e questo vuol dire che nessuno può sottrarsi dal considerarlo, sia le Rappresentanze aziendali di Gruppo, che Sindacali generaliste, ma soprattutto ogni singolo Agente.

Non abbiamo la presunzione di trovare soluzioni attraverso le pagine di questa relazione, ma sicuramente auspichiamo un dibattito che, traendo spunto da queste riflessioni, sappia indicare a tutti noi strade percorribili ed efficaci per il prossimo futuro.

Nel frattempo, però, avvertiamo i segnali di questo cambiamento, con Allianz che sembra abbia fatto da apripista all'intero mercato; i disagi e le difficoltà attuali degli Agenti italiani, noi li stiamo vivendo da oltre due anni, con una intensità ed una diffusione che al momento non trova paragoni in nessuna Compagnia di Assicurazioni.

Già nella relazione del Congresso di Milano dell'aprile 2009, avevamo fotografato, riteniamo in modo esaustivo, il tentativo, da parte di Allianz, di modificare la distribuzione; vogliamo e dobbiamo ricordarlo, affinché il triennio appena concluso possa essere letto e valutato con serenità ed obiettività.

Il Congresso elettivo, peraltro, scegliendo i Rappresentanti per il successivo triennio, traccia una visione futura, ma compete a noi raccontarVi come ci siamo mossi nel passato in questo scenario e come abbiamo interpretato le indicazioni congressuali e della Giunta Nazionale.

Proveremo soprattutto a spiegare perché lo abbiamo fatto, per dimostrare la coerenza tra gli obiettivi più volte dichiarati e le nostre azioni.

Se il racconto dei fatti parte dall'aprile 2009, dal Congresso di Milano la cui relazione del Comitato Esecutivo raccontava gli avvenimenti fino ad allora accaduti, c'è un filo conduttore che caratterizza questo Gruppo dirigente dell'UIA dal suo insediamento, nell'aprile 2007, ad oggi:

la ricerca dell'equilibrio tra la difesa dei principi ispiratori della nostra Associazione ed un sano pragmatismo imprenditoriale.

A Voi giudicare se ci siamo riusciti.

Citiamo solo due fatti che, a nostro avviso, hanno caratterizzato positivamente questo triennio, nei quali ritrovare la coerenza:

- UIA COOP, interpretando al meglio il mandato politico ricevuto dalla Giunta Nazionale, ha messo a disposizione degli Iscritti strumenti ed opportunità per poter accedere al plurimandato. E' stata, e sicuramente continuerà ad essere, un'attività encomiabile, orientata a stimolare interessi imprenditoriali, pur nella salvaguardia del principio delle scelte del singolo Agente. E non possiamo non ricordare che forse oggi l'Agente Allianz Ras è l'unico, nel panorama assicurativo nazionale, che può sottoscrivere serenamente altri mandati, senza timore di alcuna ritorsione da parte della Mandante. Il presidio dell'UIA sul tema si è rivelato fondamentale e ne andiamo fieri.
- L'Accordo Economico sottoscritto nel luglio 2008. Il tempo trascorso dalla sua sottoscrizione ad oggi ci consente di valutarne la portata in maniera abbastanza compiuta. E' innegabile che, da un punto di vista economico, lo stesso ha generato non poche risorse per tantissimi Colleghi. Da un punto di vista politico, anche confrontandolo con quanto sottoscritto da altri Gruppi, possiamo ritenerci soddisfatti. Quanti sono ad oggi gli accordi sottoscritti e rapidamente disdettati? E quanti quelli che prevedevano qualche euro in più in cambio di vincoli di fedeltà? Scusate la vena polemica, ma abbiamo assistito ad altri Gruppi Aziendali che questo lo hanno fatto in maniera assolutamente silenziosa senza generare alcuna reazione da chicchessia. Nelle lunghe e complicate trattative che hanno preceduto la sottoscrizione, mai abbiamo pensato di sacrificare il rispetto di alcuni principi (storni

Bersani, libertà imprenditoriale dell'Agente), per qualche euro in più.

Avevamo detto che il nostro racconto sarebbe partito dal Congresso di Milano (aprile 2009), e quindi non vogliamo smentirci; l'accento ad avvenimenti precedenti ci è sembrato opportuno però, per riaffermare la coerenza con cui questo Comitato Esecutivo e questa Giunta hanno operato, con equilibrio, sin da subito.

CRONACA

Veniamo alla cronaca.

Teoricamente sembra un esercizio inutile, in quanto basterebbe una rapida rilettura delle circolari emesse dall'Associazione per ripercorrere gli eventi che si sono succeduti dall'aprile 2009 ai giorni nostri, quasi un anno di lavoro.

Ci viene da dire che anche questo ultimo periodo è stato caratterizzato da macro temi, alcuni precedenti e alcuni nuovi, che hanno impegnato gli organi dell'Associazione:

- **Cambiamento del modello distributivo;**
- **Sistema assuntivo, impostato su metodi “scientifici” anziché commerciali con controlli sempre più stringenti;**
- **Reiterate criticità del settore auto;**
- **Dismissioni di portafoglio da parte di Allianz, con particolare riferimento al meridione;**
- **Non fruibilità dei dati per le Agenzie;**
- **Clusterizzazione delle Agenzie, per applicare trattamenti diversificati;**

- **Avvento dei nuovi processi operativi, Prisma in particolare;**
- **Revoche/Liberalizzazioni, a volte eclatanti, di Agenzie che in altri tempi salivano sui palchi a ricevere premi dalla Compagnia;**
- **Continui cambiamenti di persone, di ruoli e di competenze all'interno di Allianz.**

Cerchiamo di approfondire.

MODELLO DISTRIBUTIVO

Siamo certi che questa è una criticità che riguarda non solo il nostro Gruppo, ma tutto il sistema della distribuzione a livello nazionale ed europeo.

E' innegabile che le Compagnie, non potendo più fare i bilanci con i proventi finanziari e con la rivalutazione degli immobili, ossessionate dalla spasmodica ricerca della riduzione dei costi di distribuzione e di gestione, dalla necessità di standardizzare prodotti e processi, dedicano molte risorse economiche (soprattutto in spese di pubblicità) per orientare la clientela verso l'acquisto dei prodotti assicurativi attraverso canali alternativi alle Agenzie tradizionali.

A ciò, per quanto riguarda la rete Allianz Ras, si aggiunge anche la volontà di modificare il modello di Agenzia, fino ad oggi in prevalenza strutturato ed organizzato con reti secondarie e con autonomie assuntive e gestionali, per ridurlo a punto vendita/distributore di prodotti preconfezionati, controllando e ingabbiando l'operatività quotidiana.

Come dimenticare il tentativo di orientarci verso Genialloyd e BX3? Come dimenticare la ferma, determinata, intransigente, opposizione di UIA anche di fronte a "fughe in avanti" di altri?

Tutta l'attività di questa Giunta e di questo Esecutivo è stata guidata, senza equivoci e compromessi, dal principio del mantenimento della nostra peculiare identità, che ci ha sempre distinto rispetto a tutte le altre Reti, compreso quelle interne al Gruppo Allianz.

La nostra rete è sempre stata un esempio da imitare, per professionalità e per aver prodotto utili all'Azienda e servizi al Cliente, non abbiamo mai messo in discussione questo principio e chiediamo, a chi verrà dopo di noi, di fare lo stesso.

ASSUNZIONE SCIENTIFICA

Come diremo per l'auto, anche tutto il comparto danni è stato contagiato da questo morbo tecnologico collegato al rispetto del combined ratio, persino sull'andamento della singola garanzia.

Le conseguenze sono l'esasperata profilazione dei rischi che crea differenze sull'offerta alla clientela in funzione dell'età, della professione, del piano dell'appartamento, del territorio o del c.a.p. di residenza del Cliente, e tra un po' chissà su quanti e quali altri parametri, ignorando invece tutti gli aspetti commerciali e relazionali.

Sia per quanto riguarda l'assunzione di rischi nuovi, sia per le azioni di riforma del portafoglio, abbiamo agito affinché Allianz comprendesse che il metodo di lavoro doveva essere impostato partendo dal Cliente, passando dall'Agenzia ed in ultimo, l'analisi della polizza e delle singole garanzie. Algoritmi e freddi numeri nulla possono, e ripetiamo nulla possono, di fronte alla forza del Cliente (fedeltà nel tempo, volume di premi versati, relazioni con altri Clienti ed Aziende ad esso collegati) e dell'Agenzia (rapporto fiduciario e presidio del territorio).

SETTORE AUTO

La competente Commissione e il Comitato Esecutivo si sono spesi in tutti i modi per fronteggiare ogni tipo di iniziativa messa in campo dalla Compagnia.

Provvedimenti che in genere impattavano negativamente sulle Agenzie e sulla gestione dei Clienti, rispetto ai competitor (interni ed esterni) e ad un mercato che risente inevitabilmente della crisi economica.

Su questo tema, vitale per la totalità delle Agenzie, abbiamo sofferto perdite di premi e conseguenti ricavi, presenti e futuri, inaccettabili. Abbiamo e stiamo perdendo il valore delle nostre Aziende, in termini di liquidazioni, e stiamo sostenendo costi, in termini di rivalse, su portafogli che la Compagnia ci ha fatto perdere.

Non ci sono responsabilità degli Agenti.

Deve essere chiaro, la responsabilità va attribuita esclusivamente all'Impresa, senza il minimo dubbio.

Si è anche cercato di dare suggerimenti per l'implementazione dell'offerta,

ma purtroppo con poco, o meglio, scarsissimo successo.

Abbiamo respinto proposte, reputate “inaccettabili”, fino a decidere il ritiro della Commissione dal tavolo, a fine 2009.

DISMISSIONI PORTAFOGLIO

Nel corso del 2009 questo fenomeno ha dilagato in tutte le Compagnie. In molti casi, ma lo diciamo con disappunto, i Gruppi Agenti hanno fatto finta di nulla. Decine, centinaia di Colleghi, soprattutto nel meridione d’Italia si sono trovati con i portafogli “liberalizzati”, ma, ciò che è peggio, senza alcuna possibilità di collocarli in altre Compagnie.

Risultato: agenzie a rischio di chiusura e posti di lavoro che se ne vanno. Come UIA siamo intervenuti in tutti i casi in cui i Colleghi ci hanno chiesto supporto, salvaguardando la loro dignità e conseguendo anche risultati economici soddisfacenti.

FRUIBILITA' DEI DATI

A più riprese abbiamo richiesto la fruibilità dei dati delle Agenzie, per meglio comprendere i parametri di valutazione delle nostre Imprese, per poter agire a nostra volta per la risoluzione delle criticità, prevenendo azioni massive di risanamento e, infine, anche per beneficiare delle remunerazioni variabili.

La conoscenza dei dati è un nostro diritto perché oggi i nostri bilanci dipendono da questi parametri.

Seppure in maniera incompleta, fino al 2007 avevamo i dettagli dei rapporti S/P e ciò avveniva quando questi elementi non pesavano in maniera determinante nella vita delle nostre Imprese.

CLUSTERIZZAZIONE

Una parolaccia! Il solo pronunciarla crea disagio e fa percepire qualcosa di “ghettizzante” sia per coloro che si trovano temporaneamente in cluster “negativo” sia per coloro che si trovano temporaneamente in cluster

“positivo”.

Sottolineiamo il **temporaneamente** perché il **meccanismo è dinamico** e basato su parametri di valutazione per buona parte sconosciuti, o perlomeno non verificabili da chi lo subisce (le Agenzie). Sul tema abbiamo coinvolto anche il Sindacato. Ne sono derivate delle dichiarazioni di principio che dovrebbero trovare riscontro nei fatti.

Vero è che, sotto altre forme, la clusterizzazione, o sistema meritocratico come qualcuno preferisce definirlo, sta prendendo piede anche nelle altre Compagnie (Allianz docet) e, se ci pensiamo bene, noi stessi l'abbiamo sempre subita, anche negli anni passati, quando eravamo ancora RAS (diversificazioni provvigionali, disparità di trattamento all'assunzione, supporti organizzativi ad hoc, ecc.).

Fin da subito abbiamo contestato e contrastato questa classificazione, madre di tutte le disparità di trattamento e produttrice di ulteriori spaccature tra di noi, nella logica del “dividi et impera”. Non siamo rassegnati e pensiamo si debba fare di tutto per impedirne l'applicazione.

PRISMA

Tutti sapete l'organizzazione che ci siamo dati su questo tema e come abbiamo informato tutti gli Agenti dei vari passaggi attraverso la sezione Prisma sul sito UIA. Gli ultimi sviluppi che risalgono al 2010 ci hanno visto porre 30 richieste di modifica all'applicativo Prisma, 26 accettate, 1 riformulata e 3 legate alla stampa del preventivo, non accettate per obblighi normativi e di legge, ma a cui si cercherà di rispondere in modo diverso. Tutte le modifiche verranno rilasciate per step successivi entro luglio 2010.

Quello che crediamo di essere riusciti a trasmettere alle persone della Direzione impegnate su Prisma, è che noi non vogliamo bloccare il futuro arroccandoci sul passato, ma vogliamo continuare ad avere sistemi che tutto il mercato ci invidia per efficienza e fruibilità in Agenzia. Purtroppo (ma a volte anche per fortuna e pensiamo alle cosiddette sub-reti) anche il controllo diventa più puntuale e serrato.

E parlando di controllo non possiamo non dire delle regole di incasso

appena introdotte che ci hanno visto ingaggiare un'estenuante ed intransigente trattativa con la Compagnia, che ci ha impegnati anche dopo l'uscita delle regole per la sistemazione di quello che, a tavolino, non era stato previsto. Anche qui non in nome di astratti principi, ma di pragmatica possibilità di operare.

REVOCHE

Per quanto concerne la gestione di queste problematiche (fortunatamente poche), non ci siamo tirati indietro nell'assistere i Colleghi che hanno chiesto il nostro intervento. Dobbiamo invece lamentare che in molti casi i Colleghi non erano iscritti al Sindacato.

CAMBIAMENTI IN ALLIANZ

Come già avvenuto nel 2007 e nel 2008, anche il 2009 è stato caratterizzato da un tourbillon di variazioni in ambito Allianz:

- Dirigenti e Funzionari che hanno cambiato ruolo e mansioni;
- Dirigenti e Funzionari "promossi e rimossi";
- Dirigenti e Funzionari che hanno lasciato la Compagnia per altri competitor (spesso erano persone di alto spessore professionale);
- La riorganizzazione delle competenze di vari settori aziendali: commerciali, tecnico-assuntivi e liquidativi.

Tutti questi cambiamenti, in molti casi repentini ed inattesi, non hanno fatto altro che generare ulteriori incertezze nella rete agenziale.

Dopo il trasferimento di una parte degli Uffici di Direzione (da Milano a Trieste), nella gestione del quotidiano diventa veramente complicato sapere a chi rivolgersi, anche solo per informazioni di prima mano, per dare risposte ai Clienti che hai di fronte, i quali cominciano a percepire questo nostro disorientamento e, ovviamente, lo leggono come ulteriore

negatività nel rapporto.

A livello delle persone, non stiamo qui ad elencarVi tutte le variazioni intervenute, ma Vi ricordiamo le due che riteniamo più importanti del 2009:

- la prima, la nomina dell'A.D. Dott. Massimo Michaud;
- l'ultima, la nomina del Responsabile Commerciale della nostra Divisione AZR Dott. Angelo Agnelli.

E ogni volta bisogna ricominciare a spiegare!!

RAPPORTI CON GALA E GNA

Dopo le pregiudiziali contenute nel documento finale del nostro Congresso di aprile 2009, l'unica occasione di incontro con i vertici dei Gruppi aziendali è stata a Trieste il 23 giugno scorso, che ha portato alla sottoscrizione del documento congiunto che tutti conoscete.

Purtroppo, per molto tempo non è successo nulla, anzi, sono continuati gli atteggiamenti incoerenti del passato, salvo un ripensamento in tempi recenti, esplicitato in una lettera che il GALA ha inviato all'A.D. e al Presidente di ALLIANZ, con affermazioni che UIA porta avanti da sempre. Auspichiamo che questo sia il primo segnale per una ripresa di un percorso comune.

LAVORI DELLE COMMISSIONI

COMMISSIONE AUTO

Un calvario, potremmo definire così il triennio di lavoro della Commissione Auto.

Quante riunioni, quanti incontri dedicati ad un confronto improduttivo con interlocutori accecati da deliri aritmetici, incapaci di percorrere strade idonee a frenare emorragie di premi e clienti.

Ci siamo trovati insomma a doverci occupare del settore che rappresenta oltre il 50% dei portafogli agenziali, con la Direzione Tecnica che fa della profilazione e del rifiuto della mutualità, una vera e propria ideologia.

Credeteci, è stata impresa titanica decodificare molte slides presentateci, a cominciare, nell'estate del 2008, da quelle dedicate alla flessibilità ed all'ormai ben noto meccanismo del sovra e sotto tariffato.

Non appena comprendemmo l'astrusità del meccanismo (confessiamo che non è stato facile), sollevammo tutte le nostre riserve ottenendo, magra consolazione, lo slittamento, di qualche mese, del provvedimento.

E che dire del "price cap", il mitigatore degli aumenti per i Clienti in portafoglio, indenni da sinistri? Averlo strutturalmente inserito la dice lunga sul fatto che gli "attuari" prevedono aumenti tariffari a prescindere. Sembra quasi che si vada ad ogni incontro con la cassetta del pronto soccorso, tanto si sa che degenera in rissa e ci si ferisce.

Da qualunque parte lo si guardi, comunque, il price cap mitiga sempre meno nella ossessiva ricerca dell'aumento del premio medio.

Anche su questo tema si è ottenuta un'attenuazione dei provvedimenti (in gennaio si parlava di raddoppio del price cap con punte a 120 euro).

Risultati comunque insoddisfacenti, a tal punto che alla fine del 2009 si

è ritenuto opportuno ritirare la Commissione Auto dal tavolo di lavoro, non sussistendo, a nostro avviso, le condizioni minime per continuare il confronto.

Unico risultato positivo può essere considerato il lavoro svolto sulle Condizioni Generali di Assicurazioni. In effetti, con l'introduzione di Prisma, temevamo che si potessero introdurre modifiche alle stesse senza neanche informare gli Agenti.

Abbiamo preteso di leggere preventivamente il testo e, dopo aver individuato qualche criticità soprattutto per quanto riguarda la clausola di rinuncia alla rivalsa, abbiamo ottenuto le opportune correzioni.

Certo, qualche risultato si è avuto anche con interventi spot, su richieste del singolo Collega per specifiche problematiche relative a qualche Cliente o qualche disdetta. Ma non possiamo ritenere tali interventi, ancorché utili, un successo.

Diciamocelo chiaramente, fin quando qualcuno o qualcosa non farà desistere la Direzione Tecnica Motor dall'esclusiva applicazione di algoritmi al mondo auto, poco potremo fare, se non incidere attraverso la Direzione Commerciale, con strumenti, appunto commerciali, che salvaguardino la relazione con il Cliente e l'autonomia dell'Agente.

Ci auguriamo però che a far fare marcia indietro su questa strategia non sia un altro anno con perdite a due cifre, non crediamo che le Agenzie possano sopportarlo.

COMMISSIONE RETAIL

Come già preannunciato nella relazione dell'Assemblea di Milano dell'aprile 2009, la madre del problema è l'unificazione dei prodotti per le tre Reti distributive.

Ricordiamo che nell'aprile/maggio del 2008 vengono immessi a catalogo (senza confronto con la Commissione UIA) la Nuova Globale Fabbricati

Civili e Casa Tua, in sostituzione di Full Casa.

La nuova Globale Fabbricati è completamente fuori mercato dal punto di vista tariffario tant'è che, dopo risultati di vendita pressoché nulli ed estenuanti incontri con gli attuari, nel 2009 viene data la possibilità alle Agenzie per i rischi con meno di 10 anni di anzianità costruttiva di applicare sconti fino al 45%, al fine di rendere il prodotto più vendibile. Rimane una forte criticità, sia per la manutenzione delle polizze in portafoglio, sia per l'assunzione di Rischi Nuovi se non rientranti nei perimetri assuntivi, esasperatamente profilati da Allianz, con uno "zoning" impattante su alcune garanzie. Commercialmente siamo riusciti a far accettare un principio fondamentale: la valutazione dell'andamento tecnico è effettuata prima sull'agenzia, sul ramo e sul cliente/amministratore, anziché sulla singola polizza.

La situazione è in evoluzione, anche in attesa delle scelte del mercato, che in questo settore sta sopportando una carenza tariffaria ormai da anni.

Casa Tua ha, tuttora, grandi criticità sia dal punto di vista tariffario che nell'impianto delle C.G.A., a cui si aggiunge la sciagurata politica dei C.L.D. sulle liquidazioni legate ai fenomeni atmosferici in generale ed al fenomeno elettrico in particolare. Queste criticità ci hanno indotto a rigettare la campagna di riforma del portafoglio Abitazione proposta alla rete nell'agosto 2009, che sarebbe dovuta partire ai primi di ottobre insieme a quelle Infortuni e R.C. Famiglia.

Che la nostra presa di posizione fosse corretta lo testimoniano i risultati deludenti di queste due campagne, a riprova che, al di là della condivisione sulle iniziative è fondamentale avere anche gli strumenti giusti per operare. Da Luglio ad Ottobre 2008 il settore Infortuni/Malattia viene completamente stravolto.

Prima il peggioramento "occulto" di Sistema Persona, con la revisione al rialzo delle categorie di rischio e della consistente riduzione di flex, che di fatto ingessavano il portafoglio impedendo qualsiasi tipo di movimentazione dello stesso; poi l'uscita di Universo Persona ed Universo Salute che vengono presentate alla Commissione a cose fatte in quanto discusse

con i colleghi Lloyd, sviluppate su una loro piattaforma, con il ritorno alla vecchia impostazione dello smembramento per ramo.

Non contenti di ciò, ci viene preannunciata l'intenzione di togliere dal catalogo prodotti, entro fine 2008, la nostra Sistema Persona rivelatasi negli anni un prodotto venduto spesso in monogaranzia e con un carico di flex che ne ha depauperato la sostenibilità tecnica.

Anche qui iniziamo, nel novembre del 2008, una lunga ed estenuante trattativa per il mantenimento del "nostro" prodotto multi garanzia. Raccolte di preventivi e normativi dei maggiori competitor, liste di emendamenti sul normativo propostoci, che tendeva a peggiorare la portata delle garanzie, fino ad arrivare al luglio 2009 con l'uscita di "Blu Suite"; quest'ultima sostituisce Sistema Persona e non si sovrappone ad Universo Persona, sul quale, a trascinarsi, siamo riusciti a far trasferire parte del normativo di Blu Suite, al fine di rendere anche Universo Persona meno povero e più idoneo alle esigenze dei nostri clienti. Ancora molto resta da fare, soprattutto per quanto concerne le azioni/campagne di riforma e manutenzione del portafoglio.

Sempre nei primi mesi del 2009 vengono presentati i Prodotti Light, semplici nella vendita e nei contenuti, affinché possano essere proposti soprattutto dal personale al front office.

Su tali prodotti avevamo già espresso le nostre riserve, in particolare sugli Infortuni, per la povertà del normativo e le inevitabili problematiche in caso di sinistro, ma evidentemente non abbiamo rappresentato correttamente il pensiero della maggioranza dei Colleghi, visti i "brillanti" risultati di vendita delle Agenzie.

Sul prodotto Abitazione Light, pur se migliorabile, abbiamo preso atto della sua correttezza di impostazione e di prezzo.

Ribadiamo comunque che i Prodotti Light debbano essere un elemento in più nel catalogo, ma da soli non possono risolvere i problemi economici delle Agenzie: per arginare le voragini non serve mettere qualche sacco di sabbia, ci vogliono interventi strutturali consistenti.

In tutte queste criticità, sempre per non farci mancare nulla in un mercato schizofrenico, si aggiunga la nuova impostazione della flessibilità danni: anacronistica, ancorché di difficile comprensione, sulla quale si è lavorato in modo serrato.

I prossimi tavoli di lavoro, ai quali parteciperanno come da noi richiesto, oltre alla Direzione Tecnica, anche la Direzione Commerciale, il Marketing ed i Sinistri, avranno diversi argomenti di confronto: da Casa Tua alle “Campagne di riforma”, ed altre problematiche, che si stanno creando a “macchia di leopardo” inerenti alcune Leggi Regionali.

COMMISSIONE P.M.I.

La Commissione Aziende, ha lavorato intensamente, nel corso di tutto l'anno 2009, alla definizione del nuovo prodotto PMI.

Infatti fin da Gennaio 2009, la Compagnia ha presentato la nuova piattaforma, che doveva interessare tutto il comparto produttivo, del commercio e dei servizi, per l'intero settore Retail e Mid Corporate, con fatturati fino a 7.500.000,00 e somme assicurate per il fabbricato fino a 10.000.000,00 e per il contenuto fino a 5.000.000,00.

Tale prodotto sostituirà le attuali polizze: Attiva, Universo Impresa, Orario Continuato e Benvenuto (con esclusione della parte relativa alle ricettività alberghiere), settori di importante valenza strategica per le Agenzie e la Compagnia.

Già dalle prime illustrazioni delle linee guida, la Commissione, riservandosi comunque una più approfondita analisi dell'impianto normativo e tariffario, evidenziava e trasmetteva alla Compagnia le proprie perplessità e preoccupazioni in quanto la nuova polizza, unica e valida sia per le micro imprese sia per aziende industriali con fatturati importanti, sembrava eccessivamente semplificata, con conseguente banalizzazione dell'offerta.

Si è sottolineata l'importanza di essere attrattivi, con prodotto personalizzato e personalizzabile con inserimenti di garanzie e clausole “ad hoc” in piena autonomia agenziale.

La normativa inizialmente proposta dalla Compagnia, di fatto, è stata rigettata dalla Commissione, che si è resa disponibile ad un continuo confronto solo di fronte alla chiara volontà della Mandante di creare un prodotto che tenesse in considerazione le esigenze della rete agenziale.

In effetti il lancio della nuova polizza PMI, previsto per Marzo/Aprile 2009 è stato posticipato proprio per consentire al gruppo di lavoro di procedere nella direzione da noi auspicata.

L'analisi della normativa proposta, estremamente povera e lacunosa, ha comportato da parte della competente Commissione, un certosino lavoro di rettifica, integrazione ed elaborazione del testo con oltre 180 "emendamenti", in gran parte accolti ed inseriti dopo numerose, lunghe ed intense giornate di confronto.

Anche la prima presentazione della struttura tariffaria, in un delirio di grafici, profili, segmentazioni per ramo, prodotti, singole garanzie, percentuali ed ipotesi di impatti medi, è stata accolta con riserva di approfondita verifica, previa indispensabile comparazione con la più qualificata concorrenza, per meglio comprendere il posizionamento del nuovo prodotto.

La Compagnia ha accettato la richiesta ed ha identificato diversi profili, commissionando ad una Società esterna specializzata, l'indagine comparativa tra i maggiori competitor, al fine di evidenziare le caratteristiche della polizza Allianz.

La Commissione ha tuttavia rilevato che il lavoro svolto da tale Società prescindeva da una serie di importanti fattori, riscontrabili quotidianamente nel concreto con la concorrenza, e cioè: le autonomie agenziali e gli sconti concedibili o dal Te.A. o dagli uffici assuntivi.

Pertanto la Commissione chiedeva un congruo termine temporale per verificare, per gli stessi profili e con gli stessi competitor, la correttezza del confronto tariffario.

L'organico e impegnativo lavoro svolto dalla Commissione è stato apprezzato anche dalla Compagnia che ha provveduto ad una

riparametrazione dell'impianto tariffario.

Dopo la pausa estiva sono state definite le ultime impostazioni normative e ci è stato consegnato uno schema di posizionamento tariffario che evidenzia, secondo la Compagnia, una media o alta competitività nel 79% dei profili di mercato analizzati (che a loro volta rappresentano circa il 68% del mercato totale).

La continua pressante richiesta della Commissione per ottenere, anche in forma estremamente riservata, la tariffa cartacea di riferimento, è purtroppo stata disattesa per precisi "ordini di scuderia" provenienti da Monaco, come peraltro ormai avviene per tutti i nuovi prodotti.

Infine, di recente sono stati definiti i pacchetti di offerta, identificando per 10 profili/attività le garanzie automaticamente proposte, ma ovviamente lasciando libero l'inserimento di molte altre estensioni/implementazioni, a scelta dell'Agente.

Secondo la Compagnia, la valenza di tali pacchetti assume rilevanza soprattutto per le sottoreti/collaboratori di Agenzia, evidentemente meno avvezzi degli Agenti ad offrire e collocare prodotti che spaziano dalle attività commerciali a quelle industriali.

Su questa impostazione non rileviamo elementi negativi, in quanto comunque l'offerta resta libera e vi è, come già accennato, ampia possibilità di modifica delle condizioni contrattuali e tariffarie.

Sottolineiamo invece alcune perplessità e negatività che possono derivare dall'impianto del nuovo "prodotto PMI":

- non conosciamo la tariffa, avendo visto solo qualche esemplificazione per singoli target e specifici segmenti, per cui non possiamo valutare la competitività commerciale delle polizze: sembra che a fronte di qualche segmento in cui le stesse si presentano in linea con la concorrenza, purtroppo, vi siano ampie aree in cui la tariffa sia molto più elevata di quella praticata dai principali competitor;

- l'impianto normativo pur rivisitato in profondità, appare sufficiente per le micro e/o piccole imprese, ma non presenta alcun elemento attrattivo e di particolare distinzione per aziende con fatturati più elevati (sopra i tre milioni annui).
Invece, per tale target ritenuto molto interessante per un futuro sviluppo, il mercato offre prodotti strutturati con condizioni normative in certi casi addirittura migliori rispetto ai segmenti industriali o comunque Corporate. Tale preoccupazione è condivisa anche dalla Compagnia, che avrebbe già impostato un comune tavolo di lavoro per l'analisi e l'offerta di un prodotto dedicato solo alle aziende Mid Corporate, anche se, limitato ad aziende con fatturati superiori a 7,5 milioni di euro.

Ulteriori analisi dovranno essere effettuate dopo la presentazione del "prodotto", verificandone l'applicazione tariffaria per specifici segmenti ed aree geografiche.

COMMISSIONE VITA

In questo triennio la Commissione Vita si è data delle "LINEE GUIDA", focalizzando il suo operato su:

- le polizze Vita, insito nel DNA dell'Agente, quale strumento di tutela e garanzia, non di "finanza di serie B": TCM, TARIFFE DI RENDITA e POLIZZE DI ASSISTENZA LTC;
- Massima valorizzazione dei contratti che mantengono i rischi finanziari a carico della Compagnia e non li trasferiscono agli Assicurati: GESTIONE SEPARATA VITARIV e TARIFFE RIVALUTABILI.

Principali obiettivi raggiunti:

- TCM LOVIA concorrenziale, anche nella Normativa, con il sostanziale mantenimento degli assets remunerativi per le Reti e con procedure assuntive semplificate. Ricordiamo la presenza della nuova Complementare Infortuni B al tasso dell'1,50. A breve, avremo a catalogo la nuova tariffa DECRESCENTE a premio annuo e a premio unico per i mutui;

- POLIZZE RIVALUTABILI A PREMIO ANNUO più “leggere”, con un taglio ai caricamenti iniziali e una riduzione delle penali d’uscita, ma con un preconto provvigionale per la Rete (non un anticipo! Modalità che abbiamo sempre contestato e non condiviso). E’ in cantiere un restyling di PIANO SICURO che lo renderà idoneo per il “trattamento di fine mandato” degli Amministratori di società di capitale;
- POLIZZE RIVALUTABILI A PREMIO UNICO con commissione di gestione ridotta (minimo trattenuto dalla Compagnia) e con CEDOLA;
- POLIZZA MISTA “I MIEI AFFETTI” targetizzata e con una forte componente assicurativa;
- Mantenimento in catalogo della POLIZZA “IDEE”, con i coefficienti di rendita garantiti;
- Corretta trasformazione da INTEGRAS a SISTEMA PREVIDENZA senza l’applicazione di coefficienti penalizzanti per i nostri Clienti;
- SOLUZIONI SENIOR: “INVEST 4 LIFE”, variable annuity, caratterizzata dalla presenza di un capitale caso morte e soprattutto di coefficienti minimi garantiti di una rendita contro assicurata; “SAGGIAMENTE”: LTC che garantisce un servizio di assistenza e una rendita importante in caso di non autosufficienza.
- CAPITALI VITA A SCADENZA (CVS): reale possibilità di anticipare il momento della liquidazione con un concreto ventaglio di offerte. Dal febbraio scorso abbiamo a disposizione su MIS le liste anche delle scadenze delle polizze a Vita Intera, Temporanee in espiro e in Differimenti (DAS);
- Approfondimenti, soprattutto con valenza commerciale, su tematiche finanziarie e fiscali: RISPARMIO NEWS E FOCUS.
- Miglioramento degli applicativi di Agenzia per quanto concerne la gestione delle liquidazioni (scadenze e riscatti), con conseguente tracciabilità delle operazioni imputate a sistema. Presto si dovrebbe

arrivare alla trasmissione della documentazione in scansione, anziché con il cartaceo tramite l'incerto sistema della "posta veloce".

Attività presente e futura (Work in progress):

- Gestione del graduale passaggio dalla precedente gamma di prodotti alla nuova linea SISTEMA RISPARMIO;
- Riforma EURAS PLAN: agevolazioni, anche attraverso l'anticipo del bonus pro-tempore, per l'opzione di passaggio alla Gestione Separata e per la gestione del capitale alla scadenza dei versamenti;
- Soluzioni privilegiate (CLIENTI FEDELI) per gestire importanti liquidazioni di sinistri;
- Revisione delle tempistiche e delle modalità delle comunicazioni, in particolare di rendicontazione, alla clientela: già da gennaio 2010 le lettere di rivalutazione vengono inviate direttamente ai Clienti e in copia cartacea alle Agenzie, per il momento solo per premi unici e DAS, ma in fase di estensione a tutte le tipologie di polizze, con copia per l'Agenzia disponibile a sistema anziché in cartaceo;
- Aggiornamento della tariffa SOLUZIONE A VITA INTERA (KEY MAN) con le nuove tabelle di mortalità e con caricamenti e minimo trattenuto più competitivi.

Considerazione finale:

Il Ramo Vita è un settore di sviluppo ed, inevitabilmente, risente dell'attuale crisi finanziaria ed economica: il mercato cresce solo nelle TCM, nelle FIP e purtroppo nei riscatti! In particolare Allianz subisce negativamente anche gli effetti devastanti della miope politica assuntiva sugli altri rami; riteniamo che, attualmente, il problema non sta nella gamma dei prodotti di offerta che è commercialmente praticabile, anche se sempre migliorabile, ma in una scarsa considerazione delle potenzialità dei Clienti, sia in portafoglio che di nuova acquisizione.

COMMISSIONE I.T./AMMINISTRATIVA

Al Congresso di Milano Vi avevamo intrattenuto sul Giurì, sulle spese per il recupero dei premi in arretrato, tutte cose ormai acquisite, e avevamo annunciato l'inizio del percorso di ASIA e di PRISMA. Cosa è successo da allora?

Il lavoro quotidiano della COMMISSIONE INFORMATION TECHNOLOGY AMMINISTRATIVA ci ha permesso di riaffermare, agli interlocutori della Compagnia che non conoscevano noi, la nostra storia, la nostra serietà, preparazione ed autorevolezza, valori che lasciamo in eredità alla prossima Commissione.

Veniamo ai fatti.

L'argomento relativo al progetto Prisma è già stato trattato nella prima parte di questa relazione.

ASIA (Allianz Sistema Informativo Agenzie), che di fatto sostituirà ARGO (per maggiori informazioni vedi parte riservata sul sito www.uia.it alla voce PRISMA), è stata la prima occasione che la Commissione ha avuto per dimostrare, nei fatti, che il nostro intento non è quello di boicottare i sistemi di Compagnia, ma quello di renderli il più possibile fruibili e utili per le Agenzie.

Il lavoro è stato dedicato a sistemare il programma di "normalizzazione" (passateci il termine) dell'archivio Clienti. Di fatto in Allianz esistevano più archivi Clienti con, per esempio, codici fiscali difformi, numeri civici diversi, ecc. e per unificare il tutto si è reso necessario un riallineamento tra i nostri archivi e quelli di Compagnia. Grazie al nostro contributo abbiamo ridotto l'intervento manuale che ciascuna Agenzia dovrà fare da un 12%-13% di Clienti da sistemare a una media del 2,5%. In realtà, mentre alcune Agenzie hanno solo 3-4 Clienti da allineare, altre hanno fino al 4% del portafoglio.

Copertura finanziaria Assicurato. Credevamo di riuscirci ad ottenere nel 2007, ci sono voluti tre anni. Il risultato, a nostro modo di vedere, è

buono. Utilizziamolo senza timore per lo scopo per cui è stato pensato.

Testo unico della contabilità. Pensavamo di dare l'OK al rilascio entro il 2009, in quanto completamente condiviso, ma nei primi giorni del 2010 abbiamo voluto inserire, riteniamo giustamente, il tema del conto corrente separato e/o fideiussione e di conseguenza gli obblighi ed i doveri delle Agenzie e della Compagnia in tema di verifiche amministrative. Naturalmente sarà compito della nuova Commissione affrontare un tema così spinoso, ma sicuramente fondamentale per il corretto funzionamento amministrativo delle Agenzie.

Dopo tanto tempo dedicato a dibattere **questioni amministrative**, vorremmo finalmente poter parlare anche di opportunità commerciali e, a questo proposito, abbiamo cominciato a discutere di scheda Cliente. Anche su questo tema il testimone passa alla prossima Commissione.

COMMISSIONE SINISTRI

La Commissione Sinistri, consapevole della delicatezza del settore del settore di competenza, ha sempre impostato il confronto con la Compagnia con l'obiettivo di porre l'Agente al centro del rapporto con il Cliente, nella delicatissima fase del sinistro, quale garanzia di efficienza del servizio. Ogni cambiamento proposto, quindi, non poteva prescindere da ciò.

Con questa logica, abbiamo modificato l'accettabile e respinto ciò che non ritenevamo funzionale alla centralità dell'Agenzia.

Ascoltando le problematiche dei singoli Agenti, si è lavorato alla creazione di uno strumento utile a tutti per le liquidazioni non condivise e per le segnalazioni di comportamenti non corretti da parte di Liquidatori e Fiduciari. Abbiamo chiesto nelle liquidazioni uniformità di trattamento e d'interpretazione normativa su tutto il territorio nazionale ed è anche per questo che nasce il Verticale Sinistri, una sorta di banca dati e giurisprudenza interna.

La riorganizzazione in "Poli Liquidativi" è stata una scelta della Compagnia, motivata da esigenze di riduzione dei costi, ma è chiaro a tutti che era anche una scelta obbligata a fronte della pesante riduzione del portafoglio polizze, soprattutto auto, con conseguente riduzione del numero dei

sinistri, che ha portato inevitabilmente ad esuberi di personale e quindi perdita di posti di lavoro. La nostra contrarietà era ed è la preoccupazione che la perdita dei riferimenti sul territorio, per le Agenzie ed i Clienti, si trasformi in uno scadimento del servizio. Ci appaiono poco convincenti le positività, prospettate dalla Compagnia, di uniformare le liquidazioni e facilitare il lavoro di segnalazione e contestazione di interpretazioni normative non conformi.

Perdurando questo fenomeno, l'UIA dovrà vigilare ed intervenire con determinazione.

Inoltre, è prevista la creazione di un'attività antifrode da parte della Compagnia. Ciò trova in linea di principio il nostro consenso, ma riteniamo che questa iniziativa debba essere progettata insieme all'UIA, perché senza il diretto coinvolgimento degli Agenti non solo rischia di non essere efficace, ma potrebbe essere, addirittura, dannosa.

Di una cosa siamo certi: Allianz ha compreso il ruolo insostituibile di UIA e l'importanza del confronto..... su ogni iniziativa da intraprendere.

Se vogliamo marginalizzare la logica del prezzo, che oggi viene vissuto dai Clienti come elemento determinante, dovremmo distinguerci per competenza e celerità.

La formazione degli Agenti, del personale di Agenzia, dei Liquidatori e dei Fiduciari, dovrà essere prioritaria nel confronto con la Compagnia.

Si dovrà procedere ad una semplificazione delle procedure di apertura dei sinistri e gli Agenti dovranno essere in grado di verificare in qualsiasi momento lo stato del sinistro.

La trasparenza dei dati e la conoscenza tempestiva dell'S/P, dell'Agenzia e delle fonti, sono strumenti indispensabili per poter pianificare o correggere il nostro lavoro.

Questi temi sono già stati posti all'attenzione di Allianz; valuti la prossima Commissione Sinistri come portare avanti il confronto.

COMMISSIONE FORMAZIONE

Affrontare il tema dell' assolvimento degli obblighi ISVAP, sia per i nuovi inserimenti che per gli aggiornamenti annuali periodici, è stato il primo grande obiettivo che si è posto la Commissione, di concerto con la Scuola di Formazione Assicurativa di Allianz (nuova definizione della ex RBS Ras Business School).

I lusinghieri risultati ottenuti negli anni precedenti, con ottime percentuali di Colleghi che hanno adempiuto gli obblighi formativi, ne sono stati la migliore conferma.

Nel 2009 l'impegno quindi, si è concretizzato nell'offrire tutti gli strumenti di formazione, mettendo a disposizione degli Agenti più di 200.000 ore suddivise in aule, net e lab. Dopo aver richiesto un maggiore impegno nelle ore d'aula, abbiamo assistito ad un aumento di circa il 55% delle giornate uomo, con un aumento conseguente del 29% nelle partecipazioni. In totale molte più partecipazioni e corsi più lunghi. Ciò ha consentito all'89% degli Agenti di assolvere ogni obbligo entro il 31/12/2009. Precisiamo che abbiamo preferito mantenere la scadenza del 31 dicembre nonostante l'ISVAP avesse indicato come termine ultimo la fine di febbraio 2010. Questo impegno deve condurci ad una riflessione. Riflessione che è stata fatta di intesa con la Scuola Di Formazione Assicurativa di Allianz e che deve vedere impegnati tutti noi nell'anticipare l'assolvimento dei doveri ben prima della data ultima stabilita. Sarà opportuno per il 2010 evitare di arrivare a settembre con solo il 2% degli Agenti ad aver assolto gli obblighi formativi.

Abbiamo quindi richiesto il potenziamento delle azioni di sollecito messe in atto, implementando il monitoraggio su desk ed arrivando anche ad utilizzare puntate TV. Su questo tema, l'utilizzo del canale TV, potrà vedere, qualora tutte le condizioni siano soddisfatte, una nostra partecipazione congiunta nella comunicazione. Potrebbe essere la prima volta di una nostra partecipazione nelle informazioni di Allianz.

Noi non vediamo l'impegno di anticipare gli adempimenti, come un'assunzione di responsabilità nei confronti della scuola di Allianz, ma abbiamo voluto assecondare tutto questo perché riteniamo che pianificare

meglio l'attività, ci consente di richiedere che il lavoro della scuola non sia rivolto solo a meri fini di obbligatorietà, ma possa comporsi di temi che non siano strettamente assicurativi. Infatti abbiamo chiesto, ed ottenuto, che l'offerta formativa per il 2010 comprenda anche argomenti tecnico/commerciali utili alle nostre Agenzie.

Sono stati riproposti corsi che hanno avuto notevole gradimento quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, "il Bilancio di Agenzia e Motivazione per il Front Office" ampliando l'offerta 2010 con dei follow up per i Colleghi che avevano già partecipato ai corsi base.

Aumentando sempre di più il nostro ambito di responsabilità, abbiamo ritenuto opportuno inserire corsi riguardanti informative sulla sicurezza, sul primo soccorso e soprattutto sulla corretta gestione delle visite ispettive dell'ISVAP.

Abbiamo insistito che la struttura dell'offerta della Scuola Di Formazione Assicurativa di Allianz, sia più semplice e fruibile. Riteniamo che potremo apprezzare insieme i risultati concordati.

Altra nostra evidenza, che ha trovato accoglimento, è il maggiore coinvolgimento delle strutture esterne commerciali; i Responsabili Commerciali d'Agenzia (R.C.A.), saranno interlocutori utili per accedere e promuovere le attività formative.

In ogni caso abbiamo sempre mantenuto tre punti fermi, per noi inderogabili:

1. il fondamentale coinvolgimento dell'Agente in tutte le attività formative;
2. la totale esenzione di costi per le Agenzie;
3. la garanzia della fruibilità per tutti di ogni strumento utile per assolvere gli obblighi ISVAP.

In questo panorama di collaborazione, che in questi anni ha prodotto ottimi risultati per tutti noi, non mancano le aree grigie:

- nel piano 2010 c'è un aumento dei corsi offerti su invito rispetto ai corsi ad iscrizione;
- abbiamo preteso che la formazione di qualsiasi tipo e di qualsiasi genere sia per tutti;
- abbiamo lavorato per eliminare ogni differenza fra le Agenzie, limitando la discriminante alla omogeneità delle aule rispetto agli argomenti trattati.

Altro momento critico è stato vissuto durante i periodi di sospensione dei rapporti industriali con la Compagnia sul tema di "PRISMA". In ossequio alle disposizioni della Giunta Nazionale abbiamo più volte sospeso o disdetto i lavori della Commissione.

COMMISSIONE MARKETING

In questo ultimo triennio le politiche distributive di Allianz sono state completamente condizionate ed asservite a logiche tecniche ed attuariali ed il marketing ne è risultato completamente sacrificato.

La Commissione ha stigmatizzato questa progressiva marginalizzazione evidenziando che, in una fase di così marcati cambiamenti e trasformazioni del nostro lavoro, il Marketing dovrebbe, al contrario, rappresentare un punto di riferimento per le strategie aziendali, in virtù delle sue funzioni di "lettura" ed interpretazione dei fenomeni del mercato.

In realtà il Marketing è stato confinato ad un ruolo di supporto di politiche stabilite altrove, snaturandone le principali peculiarità e orientandolo alla predisposizione di strumenti di gestione della politica tariffaria.

Questo aspetto stigmatizza la distanza determinatasi tra la Compagnia ed i Clienti, non più considerati elemento centrale del sistema, ma meri fattori di redditività aziendale, con gli Agenti a fare da spettatori inerti.

Il nostro auspicio è che il Marketing torni a rappresentare la bussola degli

orientamenti strategici commerciali e tecnici di Allianz, quale garanzia di competitività e di innovazione delle nostre attività.

La Commissione Marketing ha partecipato ai lavori di diverse Commissioni.

Per quanto possibile ha espresso riserve e proposto modifiche e miglioramenti a quanto predisposto dall'Azienda in termini di prodotti e campagne (Lovia, Capitali in scadenza, Casa Tua, Universo Salute, Blu Suite.....), ha espresso parere negativo circa i prodotti danni cosiddetti "light".

È corretto comunque riconoscere l'atteggiamento propositivo e collaborativo sempre tenuto dal management del Mktg nei confronti degli Agenti e della Commissione, pur nei limiti della sua operatività.

Proprio questo aspetto costituisce il cuore del problema: un Mktg subordinato alla Direzione tecnica è un'arma inefficace, uno strumento il cui valore strategico viene completamente depotenziato.

E' un tema su cui occorrerà concentrare la massima attenzione.

COMMISSIONE MANDATI

La Commissione Provvigioni, Mandati e Trasferimenti, oltre al costante rilascio di pareri ai Colleghi in merito a controversie interpretative in materia di trasferimenti di contratti tra Agenzie, (peraltro oggettivamente sempre meno numerosi con il passare del tempo) e alla partecipazione alla Commissione Congiunta di cui alla circolare DC 10-2003 con l'Impresa Mandante, ha prestato la propria consulenza - anche avvalendosi di importanti pareri di Legali convenzionati con UIA e del prezioso supporto del SNA - in merito alle seguenti casistiche:

- contratti di locazione per agenzie plurimandatari;
- mandati sub agenziali;

- mandati agenziali di altre imprese;
- questioni interpretative e applicative relative all'Accordo Nazionale Imprese/Agenti;
- controversie provvigionali con la Mandante;
- storni provvigionali rientranti nel perimetro della legge 40/2007.

Ha inoltre fornito il proprio supporto nell'analisi preventiva dei mandati rilasciati alla rete Allianz RAS da Allianz Global Life (A.G.L.) e Allianz Global Corporate & Specialty (A.G.C. & S.).

COMMISSIONE POLIZZE AGENTI

In questo ultimo triennio abbiamo avuto molta difficoltà nel rinnovo delle nostre polizze/convenzione R.C. Professionale Agenti e Infedeltà Collaboratori, per una continua ed inarrestabile lievitazione dei sinistri e degli stessi risarcimenti effettuati dalle Compagnie Assicuratrici, rispettivamente Chartis Spa (ex A.I.G. Europe) e Lloyd's.

Le ragioni di questo insoddisfacente andamento tecnico sono principalmente da ricercare:

- nelle aumentate incombenze amministrative trasferite alle Agenzie dalle Compagnie;
- nelle innumerevoli attività amministrative dettate dal Regolamento Isvap 5/2006;
- nel comportamento di Collaboratori che, pur godendo della fiducia dell'Agente, dolorosamente provocano ammanchi.

Purtroppo, per la copertura infedeltà, la situazione sinistri rispecchia una società che nel tempo ha perduto i valori autentici della Persona, quali l'onestà ed il rispetto delle cose altrui, al punto che ci sono soggetti che

commettono atti penalmente rilevanti con una superficialità ed una leggerezza spaventosa (spesso sono pure persone che collaborano con l'Agenzia da molti anni).

Riteniamo opportuno sollecitare ogni Agenzia a mettere in atto maggiori controlli, pur nel rispetto delle norme contrattuali e civilistiche, su tutte le attività svolte da ogni Collaboratore, interno ed esterno, di Agenzia.

La polizza convenzione R.C.P. Agenti, valida come sapete per tutte le Compagnie rappresentate, quest'anno è stata rinnovata con un aumento del massimale da € 3.100.000,00 a € 5.000.000,00.

La disponibilità dei Componenti la Commissione è sempre totale e, seppur a volte con qualche difficoltà, si è sempre cercato di aiutare i Colleghi nella miglior risoluzione dei problemi evidenziati.

Sentiamo fortemente il bisogno di richiamare la Vostra attenzione alle problematiche assicurative che riguardano l'Azienda Agenzia, perché troppo spesso ci troviamo in situazioni di difficoltà per la noncuranza con la quale si gestisce questo aspetto così delicato e decisivo per le sorti economiche e le conseguenze, anche penali, per ognuno di noi.

A tal proposito occorre che si ricerchino soluzioni assicurative, oltre che politiche e sindacali, atte a far fronte alle eventuali sanzioni che l'Isvap potrebbe disporre nel caso di verifiche agenziali.

Restano in vigore la polizza convenzione Tutela Giudiziaria Allianz (attività professionale, sospensione patente), e DAS, quest'ultima con l'estensione al contenzioso con la Mandante, così come le altre polizze convenzione (Tutela Giudiziaria della famiglia, Auto, Infortuni, Rimborso spese Mediche, Casa, Ufficio, ecc...) con emissione in Agenzia.

A questo punto dobbiamo occuparci di UIA Coop al cui Presidente, che peraltro è Componente del Comitato Esecutivo, abbiamo richiesto una sintesi dell'attività svolta.

Ne riportiamo integralmente il testo:

UIACOOOP

*Uiacoop: **la società di servizi di UIA.** E qual è la “mission” di Uiacoop? Produrre utile? Vendere servizi? Dare lustro a Uia?*

Il vero e unico scopo di Uiacoop è mettere a disposizione dei Soci strumenti per lavorare meglio, risparmiare e guadagnare di più. Tutto questo in un’ottica imprenditoriale che non può prescindere da un equilibrio economico corretto.

Ci siamo riusciti? Non lo sappiamo.

Potevamo far meglio? Certamente.

E quali sono gli ambiti su cui ci siamo mossi? Ormai lo sapete bene, forse Vi abbiamo anche stufato, a forza di dirvelo:

- *servizi orientati all’Agenzia di assicurazione, sia essa in plurimandato o in monomandato;*
- *servizi complementari e sussidiari all’Agenzia.*

Servizi per le Agenzie

*Dal Congresso di Milano ci siamo impegnati, e crediamo di esserci riusciti in massima parte, per rendere stabile ed efficiente **Sinfonia**, istituendo un gruppo di lavoro apposito per monitorarne il funzionamento e le implementazioni da inserire. Vogliamo ribadirlo, perché sia ben chiaro a tutti: Sinfonia non è lo strumento per i soli Agenti in plurimandato, ma per chiunque abbia la passione di innovare e sperimentare strade nuove nella conoscenza della propria Agenzia (dati), nel patrimonio dei propri Clienti (comunicazione), nell’archiviazione dei propri documenti.*

Sinfonia non sostituisce e non sostituirà mai gli applicativi di agenzia delle Compagnie, ma li affianca, con il preciso scopo di conquistarsi una propria indipendenza.

Quindi un software specifico che nei nostri obiettivi e desiderata deve superare in efficienza, su alcuni aspetti, addirittura ARGO; e in futuro, sistemi di servizi ancora più all'avanguardia, che vanno dagli help desk dedicati, fino alla smaterializzazione e dislocazione degli archivi. Ma è prematuro parlarne.

Preventivatore AUTO

Un'esigenza sentita da molti di noi. Ebbene, oggi possiamo offrire, grazie alla convenzione con IAMA, azienda che non ha bisogno di presentazione, un preventivatore auto sofisticato nel risultato e semplice nell'utilizzo. Certo il costo non è banale, ma se sapere in tempo reale cosa fa la concorrenza su quel rischio ci permette di utilizzare al meglio la flessibilità di agenzia, possiamo considerarlo un investimento. Anche qui, quindi, uno strumento per tutti, Mono e Plurimandatari.

Abbiamo organizzato i primi corsi di **formazione** in videoconferenza con ottimi risultati dal punto di vista del gradimento di chi ha frequentato, ma con bassissima partecipazione da parte degli Agenti e dei loro collaboratori; comunque, siamo ostinati e continueremo a proporli nella certezza che sono gli strumenti del futuro.

Abbiamo avviato e completato una sessione di "conoscenza al plurimandato", seguito naturale della fase pilota avviata nel 2008, a cui hanno partecipato 19 Agenti e abbiamo proseguito con gli incontri per le agenzie in plurimandato. Questi hanno riscosso grande successo perché c'è voglia di incontrarsi e confrontarsi. Ha sbagliato due volte chi non ha partecipato: non si è arricchito e non ci ha arricchito.

Abbiamo sviluppato un sistema di privacy per diventare "titolari dei dati del Cliente". Lo abbiamo presentato in ottobre a Roma e adesso l'abbiamo condiviso con la società Logica che già segue diverse Agenzie nella gestione della Privacy.

Servizi Complementari e sussidiari

Le convenzioni sono proseguite sempre su due strade:

- *con fornitori di beni e servizi per risparmiare negli acquisti: ultima in ordine di tempo Karnak, leader europeo per la cartoleria;*
- *aziende per vendere servizi sinergici all'assicurazione, come Fidelity e Mutuipianet per l'erogazione di mutui e finanziamenti o Datafin da proporre ai nostri clienti aziende per il recupero crediti, che ci permette una buona remunerazione.*

Adesso vorremmo parlarVi di progetti futuri, e quando dico progetti non vuol dire che di sicuro si faranno, o che si faranno domani, ma che ci stiamo impegnando nella realizzazione degli stessi.

Formazione

Per il 2010 vorremmo organizzare, all'interno delle regionali UIA, delle giornate di formazione per Agenti (non vogliamo rubare tempo alle riunioni ma offrire un servizio aggiuntivo). Questo potrebbe permetterci di arrivare a fine anno con 8 ore di formazione in aula erogata ai Colleghi. Crediamo sia un'ottima occasione per adempiere agli obblighi imposti da ISVAP e soprattutto per fare cultura tra di noi. Vogliamo che sia una formazione diversa da quella che troviamo in Compagnia o sul mercato. Questa la sfida!

Comunicazione

Ci rendiamo conto che spesso comunichiamo, ma non raggiungiamo i nostri interlocutori: gli Agenti. Vogliamo migliorare la comunicazione con loro, far sì che i nostri messaggi arrivino, che le cose importanti vengano acquisite e che, di quelle meno importanti, si sappia che esistono e che basta chiamare Uicoop per avere tutte le informazioni quando servono. Vogliamo dedicare meno tempo alla lettura di lettere e circolari, ma

renderle più efficaci. Vogliamo abituare tutti all'uso del sito per trovare le informazioni di cui si ha bisogno.

In quest'ottica è arrivato nelle Agenzie un manuale, che abbiamo cominciato a preparare fin da ottobre 2009, in cui potrete trovare le principali indicazioni dei servizi offerti, con segnalato per ciascun ambito a cosa serve, a chi rivolgersi, quanto remunera o quanto si risparmia. E' il "sito cartaceo" per una veloce presa d'atto di quello che è possibile trovare in Uiacoop.

L'assemblea UIACCOOP del 2009 ha votato un contributo di 100,00 euro "una tantum" che ciascuna Agenzia è chiamata a dare, per sostenere lo sviluppo.

*Ce la mettiamo tutta, ce la metteremo tutta. **Ma un altro contributo è più importante: che i soci di UIACCOOP, gli Agenti, si servano di Uiacoop, acquistino i servizi, ci inviino proposte e idee su cui lavorare.***

La nostra ambizione è arrivare a servire tutte le Agenzie, non solo una parte. Certo non tutte su tutti i prodotti, ma tutte su almeno un prodotto o un servizio.

Concludo mutuando lo slogan di ben altra cooperativa:

L'UIACCOOP SEI TU.

Cari Colleghi,

a poche ore dalla scadenza del nostro mandato, è inevitabile porsi una serie di interrogativi; soprattutto immaginiamo che durante la lettura di questa relazione tutti (i sopravvissuti almeno) in questa sala si siano chiesti cosa sarebbe accaduto se avessimo imboccato strade diverse da quelle percorse in questi tre anni.

Permetteteci allora di fare una piccola digressione “cinematografica”.

Nel 1998 uscì nelle sale di mezzo mondo un film che ebbe un considerevole successo di pubblico e di critica. Si intitolava “Sliding doors” (porte scorrevoli), e narra la storia di una donna che, essendo stata licenziata al lavoro, decide di rientrare a casa in anticipo. Perde per un soffio la metropolitana in quanto le porte del treno, le porte scorrevoli appunto, le si chiudono praticamente in faccia. Preso il treno successivo, trova il Compagno e la casa in uno stato di assoluta normalità e tranquillità.

A questo punto il regista decide, con un abile artificio narrativo, di raccontare che la protagonista, se fosse riuscita ad anticipare la chiusura delle porte scorrevoli, rientrando a casa qualche minuto prima, avrebbe trovato il Compagno insieme alla ex fidanzata.

A questo punto del film, si dipanano due storie parallele e lo spettatore conoscerà il destino della protagonista sia in caso di apertura che di chiusura delle porte scorrevoli.

Piacerebbe anche a noi poter narrare, e quindi giudicare, due storie parallele. Quale sarebbe stato il nostro destino se, nelle tante attività di questo triennio, avessimo percorso una strada rispetto all'altra.

Tanti, in questi mesi, hanno auspicato, in alcune occasioni specifiche, comportamenti diversi, di minore disponibilità al confronto se non addirittura, di rottura.

Emblematico, a tal proposito, resta l'Accordo Economico.

Lo abbiamo consapevolmente sottoscritto, ma cosa sarebbe accaduto se non avessimo apposto quella firma?

Non siamo nel film, quindi non possiamo immaginarlo e raccontarlo, ma siamo consapevoli che, piuttosto che provocare emozione negli spettatori, abbiamo il compito di curare gli interessi degli Iscritti.

L'Accordo Economico cura gli interessi dell'Iscritto, genera risorse economiche e per questo rivendichiamo la scelta della sottoscrizione.

Sottolineiamo la parola scelta, perché a differenza della protagonista del film, noi non abbiamo subito la chiusura della porta, ma abbiamo scelto quale porta attraversare.

Spesso nei nostri consessi, soprattutto negli ultimi anni, dopo l'avvento della legge Bersani, abbiamo utilizzato la parola scelta, quasi per provare ad esorcizzare il pericolo di modulare le azioni dell'Associazione, esclusivamente in funzione della strategia della Mandante.

Pensiamo che l'auspicio da rivolgere a chi subentrerà a questo Comitato Esecutivo sia quello di poter scegliere, **sempre**, quale porta oltrepassare e quale no e, condizione indispensabile per realizzare ciò, è essere consapevoli dello scenario in cui si opera.

Se è corretto astenersi dall'indicare strategie al prossimo Gruppo Dirigente, riteniamo sia doveroso, provare ad immaginare cosa ci aspetta nei prossimi anni, sia per quanto attiene Allianz, sia riguardo all'intero mercato assicurativo.

Il cambiamento è ormai consolidato e va' ben al di là del marchio (Ras sostituito da Allianz) ma la "mission" è la stessa: fare utili.

Ras ha sempre considerato i volumi di premi (negli ultimi anni soprattutto nel Vita), un valore assoluto su cui fondare la solidità dell'Azienda, e nei quali diluire le fisiologiche perdite che quella polizza, quel settore, o, diciamocelo chiaramente, quella Agenzia poteva produrre.

Allianz invece pretende margini di utili da ogni singola polizza, dalla singola garanzia, da tutti i settori, e da ogni Agenzia.

E' stridente il contrasto tra le due visioni, ma è soprattutto macroscopico l'impatto che un tale mutamento "genetico" ha provocato su una Rete, la nostra, abituata ad adattare i numeri alla valenza del Cliente (equivalenza commerciale) e non quest'ultimo ai numeri (equivalenza economica).

Sarebbe illusorio attendersi nei prossimi due o tre anni un ritorno al passato, ritenendo che, strutturando, ad esempio, in Agenzia una capillare organizzazione di vendita capace di fare budget Vita a sei zeri, si possa garantire l'invulnerabilità di un qualsiasi contratto.

Questa sorta di tacita mutualità "commerciale" sarà sempre più difficile da difendere, al pari di un altro tipo di mutualità, quella tecnico/tariffaria, sempre più sacrificata sull'altare della profilazione del rischio.

Sarà compito dell'UIA certamente, ma starà ancora di più ad ognuno di noi ritagliarsi una rinnovata identità professionale ed imprenditoriale, evitando comportamenti rassegnati, dettati da una presunta ineluttabilità del destino, ma mettendo in preventivo di dover in qualche modo modificare la propria attività.

Anche il resto del mercato viaggia a grandi falcate verso questo scenario e le Compagnie sembra stiano sgomitando per entrare nell'olimpico della profilazione, a caccia del tesoro.

Abbiamo conferma di ciò in tutte le occasioni in cui incontriamo i Presidenti degli altri Gruppi Agenti; alcuni ci chiedono spiegazioni su cosa sia il "combined ratio", altri ultimamente ci hanno accennato al sovra e sotto tariffato nella tariffa auto della loro Compagnia, ma tutti ci raccontano cose che noi abbiamo già vissuto oltre due anni fa, e spesso alcuni di loro vedono nell'UIA il punto di riferimento per provare a fronteggiare il nuovo mondo che li sta travolgendo.

Noi ci siamo avvantaggiati e forse, scusate il cinismo, potremmo trarne beneficio, nei prossimi mesi, se realmente i nostri Competitor, seguiranno

le orme di Allianz.

Comunque sia, sarà questo il complicato e difficile scenario in cui affrontare criticità di non poco conto, a cominciare dal rinnovo dell'Accordo Economico in scadenza al 31 dicembre 2010, con UIA a dover fronteggiare il sicuro tentativo da parte di Allianz, di inserire privilegi economici per i mono, e di spostare sempre più parte della remunerazione dal fisso al variabile.

E certamente non è finita qui! Se volessimo citare tutte le asperità del viaggio nel prossimo triennio, rischieremmo di redigere una relazione monumentale, vanificando il proposito di presentarvene, quest'anno, una più agile e quindi meno noiosa.

Ci limitiamo soltanto a ricordare che dovremo anche fare i conti con il parziale ripristino della poliennalità, tema che affascina qualcuno di noi che vede in esso la possibilità di ritornare a flussi provvigionali più consistenti, e spaventa altri che ritengono incoerente pretendere libertà per se stesso, e fedeltà per i Clienti.

Il viaggio nel prossimo triennio dicevamo, ma questa è una citazione riduttiva; UIA, da oltre 60 anni dalla sua fondazione, "viaggia" nel mercato. Lo ha sempre fatto con determinazione, autorevolezza, e soprattutto conoscenza delle cose da affrontare e consapevolezza delle difficoltà, come quelle guide che girano per le bellezze del nostro Paese con l'ombrellino in mano per evitare che qualcuno si perda ed, al tempo stesso, illustrare ciò che si vede.

Questa immagine, però, riporta alla mente turisti in viaggio di piacere, noi, invece, raramente abbiamo avuto modo di godere di paesaggi ed ammirare monumenti in serenità; anzi, ricordiamo più percorsi accidentati, curve pericolose, veri e propri rally vissuti dall'UIA.

Permetteteci di equiparare il nostro viaggio, quello dell'ultimo triennio, ad una prova estrema, più oggetto di documentario televisivo che di album di fotografie da sfogliare insieme agli amici.

Un vero e proprio “corso di sopravvivenza”, dove la macchina fotografica lascia il posto agli attrezzi da lavoro e il trolley è sostituito dallo zaino. Sarebbe miope se oggi nel considerare i fatti, si evitasse di contestualizzare, e non si ricordasse che i luoghi in cui abbiamo viaggiato sono stati accoglienti quanto una foresta piena di pericoli ed infestata da belve feroci. L’abbiamo affrontata, bene o male, ditecelo Voi, ma l’abbiamo affrontata e di questo siamo orgogliosi.

Comunque sia, non possiamo fermarci, domani si riparte e, visto il viaggio che ci attende, dobbiamo prepararci bene, con idee chiare, programmi definiti ed obiettivi raggiungibili, per evitare di perdersi nell’inhospitale foresta che ancora ci attende.

Certo, possiamo farlo consapevoli delle difficoltà, ma con la serenità di avere un veicolo attrezzato, solido ed affidabile: l’UIA è così, attrezzata, solida e affidabile, ed al di là di qualunque contrapposizione, sarà, come lo è stata in passato, il vero motore della nostra crescita professionale ed imprenditoriale.

I “cavalli” di questo motore sono tutti gli Iscritti, siete tutti Voi, che con il Vostro calore, ci avete dato, durante il nostro mandato, grande forza e sostegno. Per questo il Comitato Esecutivo Vi rivolge un grande abbraccio ed un sentito ringraziamento.

Avete capito che siamo arrivati alla fine, al momento dei ringraziamenti; vorremmo cominciare da chi appare poco, da quelle che tutti noi chiamiamo “le Ragazze dell’UIA”. Che lavoro, che organizzazione e soprattutto che pazienza, sempre pronte a garantire a questo motore un’efficienza amministrativa invidiata da tutti.

E poi, i Componenti di Giunta, mai come in questo triennio, sottoposti in alcuni periodi, a veri e propri tour de force di convocazioni.

Ed ancora, i Componenti delle Commissioni, i Gruppi di lavoro a progetto, il Consiglio di UIACOOOP, di UIA SERVICE, le altre Società collegate...

Quanti sono gli Amici da ringraziare, rischiamo di dimenticare qualcuno, ed allora permetteteci di dire, molto semplicemente

GRAZIE A TUTTI!

IL COMITATO ESECUTIVO

Tonino Luigi Rosato

Dario Alessio

Umberto D'Andrea

Sergio Melis

Fabio Menicucci

Piergiorgio Pitino

Romeo Sangiorgi

