

ANIA: NO ALLE NUOVE NORME SULLA VENDITA DELLE POLIZZE. GIUNGLA SENZA REGOLE A DANNO DEI CONSUMATORI.

Roma, 5 ottobre 2012 – L'Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici critica fortemente le nuove norme contenute nel decreto "Agenda digitale e crescita" in materia di distribuzione assicurativa.

La cosiddetta "libera collaborazione fra tutti gli intermediari" prevista nel provvedimento infatti, 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.

Una rete di distribuzione senza regole permetterà agli agenti di collocare prodotti di compagnie diverse da quelle da cui hanno ricevuto un mandato. Questa ipotesi non può in alcun modo essere interpretata come un esempio di liberalizzazione.

Invece di favorire la concorrenza, si 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.

Non a caso in nessun altro Paese al mondo esiste una norma di questo tipo. Si tratta di una norma inaccettabile e penalizzante per le imprese italiane, che si troverebbero gravemente svantaggiate nella concorrenza internazionale, in quanto i competitori esteri potrebbero entrare nel nostro Paese senza sostenere i costi di creazione della rete.

E' noto che le reti di distribuzione rappresentano un fattore aziendale di competizione di altissimo valore, un *asset* rilevante nella valutazione delle imprese, soprattutto per quelle quotate in borsa.

Le imprese hanno investito nelle loro agenzie (anche attraverso la formazione degli addetti e la messa a disposizione dei sistemi operativi e dei locali) per poter creare un valore da offrire al cliente e distinguersi dalla concorrenza. Scardinando questo sistema si mina alla base il rapporto di fiducia che intercorre fra agente e compagnia.

Senza più investimenti da parte delle imprese sulle reti di vendita, resisteranno solo gli operatori di grandi dimensioni. Gli assetti negoziali e economici dei contratti di agenzia andrebbero rivisti completamente, nell'ambito di un più generale ripensamento delle strategie di distribuzione.

Negli anni recenti sono state adottate norme, in materia di distribuzione assicurativa, scritte male, di difficile attuazione e non risolutive dell'unica criticità assicurativa nazionale, la rc auto.

È urgente arrivare a soluzioni condivise, efficaci nella protezione del consumatore e atte a favorire lo sviluppo del mercato. Le compagnie italiane non possono essere considerate un interlocutore solo quando si tratta di finanziare il debito pubblico.