

## Agenti sulle barricate per la gara di Poste

Federica Pezzatti

Rc auto Il sindacato nazionale scrive al Mef: bloccare la ricerca del partner Che il business degli agenti assicurativi fosse in pericolo, lo si sa da tempo: colpa della disintermediazione del settore. Ma nel 2018 si stanno affacciando sul mercato danni, con intenzioni molto serie, colossi che hanno già conquistato da anni il ramo Vita tramite i propri sportelli. Prima ancora di Intesa Sanpaolo, ha premuto l'acceleratore il gruppo Poste che, come è noto, è da tempo alla ricerca anche di uno o più partner nel settore Rc Auto. Una mossa che non va proprio giù allo Sna (Sindacato degli agenti assicurativi) categoria che, attraverso 12mila professionisti, intermedia ancora circa l'80% del settore Rc Auto. Con una lettera inviata il 19 giugno al sottosegretario del Mef Massimo Bitonci, il Presidente nazionale dello Sna Claudio Demozzi invita il Governo a «valutare l'opportunità di sospendere la gara, indetta da Poste Italiane, per l'identificazione dell'impresa assicuratrice partner con la quale sottoscrivere accordi distribuiti di polizze rami danni (compresa la Rc Auto)». Secondo Demozzi un eventuale accordo distributivo permetterebbe a Poste di offrire polizze Rc Auto attraverso 13mila sportelli postali distribuiti sul territorio nazionale mettendo a rischio, tenuto conto della capillarità della rete postale, «piccoli imprenditori dal cui destino dipende anche il futuro occupazionale di trentamila lavoratori dipendenti agenziali e di quasi duecentomila collaboratori autonomi (subagenti) - spiega Demozzi -. L'ingresso di Poste rischia di compromettere irrimediabilmente la tenuta dell'assetto distributivo, nonché di ridimensionare pericolosamente la quota di mercato degli agenti». In effetti delle stime diffuse ieri da Prometeia indicano che, anche grazie al contributo futuro di Poste, gli sportelli, che oggi intermediano circa 470 milioni di euro nell'RcAuto, potranno arrivare al miliardo nel 2020 con una quota di mercato del 5,9%. La lettera, a dire il vero, appare un po' un arroccamento di categoria in un mondo dove il business auto sarà sempre più marginale, per il calo di immatricolazioni, per la nuova mobilità e per la concorrenza (stimolata anche con interventi legislativi). La redditività agenziale è da



tempo in calo e la necessità di diversificare il business è nota, ma gli agenti sono stati probabilmente troppo attendisti in un paese ancora fortemente sottoassicurato. Ora il rischio è di arrivare troppo tardi nel danni non auto e in quello delle polizze di protezione e di subire l' attacco delle banche. Ma la minaccia nel lungo periodo arriva in primis da Internet. © RIPRODUZIONE RISERVATA.