

# AUA, NASCITA DI UNA RAPPRESENTANZA

di BENIAMINO MUSTO

AGENTI UNIPOLSAI ASSOCIATI È IL PRIMO GRUPPO DEL MERCATO, CON QUASI 4.200 ISCRITTI. AL CONVEGNO DI INSURANCE CONNECT SONO INTERVENUTI I MEMBRI DEL COMITATO DI PRESIDENZA CHE HANNO PARLATO DEL CAMMINO PERCORSO FINORA, SPIEGANDO GLI OBIETTIVI FUTURI

Il 23 marzo scorso ha segnato un passaggio storico per gli agenti di casa **UnipolSai**. A Torino, in quella giornata nasceva ufficialmente **Aua (Agenti UnipolSai Associati)**. Sei diversi gruppi agenti, le cui vicende eterogenee riflettono la complessa storia di aggregazione da cui è sorta l'attuale compagnia, hanno unito le proprie forze. È nato così il più grande gruppo agenti del mercato italiano, con quasi 4.200 iscritti.

In questa prima fase, la reggenza della rappresentanza è affidata a un comitato di presidenti, di cui fanno parte **Angelo Colia, Paola Minini, Jean-François Mossino, Nicola Picaro** ed **Enzo Sivori**, i quali nel corso del convegno organizzato da Insurance Connect hanno parlato del cammino percorso per fare sintesi, e hanno spiegato gli obiettivi futuri.

## PREPARARSI ALL'EVOLUZIONE

“Abbiamo deciso di abbandonare l'approdo sicuro della nostra storia”, ha esordito Enzo Sivori, inquadrando l'iniziativa “nell'ambito di un mercato in grande trasformazione che spinge all'evoluzione tutti, noi compresi. Ci siamo interrogati – ha aggiunto – su come essere un'associazione che potesse supportare la compagnia e gli associati per un percorso di crescita imprenditoriale e professionale”. Jean-François Mossino ha rincarato la dose, parlando di “uno scenario di concorrenza sempre più agguerrita, con competitori che erodono quote di mercato agli agenti”, i quali devono fare i conti con un cliente che “ha un approccio agli acquisti e all'assistenza completamente nuovo”. Evolu-

zione significa in primis andare oltre l'auto. “Bisogna lavorare su welfare, assistenza, prevenzione: tutti temi – ha osservato Mossino – che vanno al di là del solo rapporto assicurativo”.

## I PROGETTI IN CANTIERE

Paola Minini ha spiegato che “Aua è il proseguimento delle attività che già facevamo, ma vuole essere qualcosa di più rispetto alla somma delle singole nostre associazioni precedenti”. Anche per Minini “è necessario che le reti evolvano” ma “devono evolvere in un cammino comune con la compagnia. Questo spirito – ha precisato – lo portiamo sui tavoli di confronto con la mandante”. Tra le iniziative messe in campo da Aua, c'è l'istituzione di commissioni interne per supportare i colleghi su alcuni temi di particolare sensibilità, come ad esempio la *compliance*. Parallelamente “c'è una forte attenzione al sostegno dei colleghi più giovani, alcuni dei quali, a differenza delle vecchie leve, hanno iniziato a lavorare già sotto le insegne della odierna UnipolSai”.

Per Angelo Colia la nuova associazione “racchiude un patrimonio enorme da valorizzare”, e per farlo “occorre mettere velocemente queste diverse esperienze a fattor comune. Riusciremo a realizzare tutto ciò – ha aggiunto – solo se saremo in grado di avvicinarci, come gruppo dirigente, alla nostra base. E per realizzare questo obiettivo la strada maestra è quella di mettersi all'ascolto degli associati”. Gli fa eco Nicola Picaro: “dobbiamo fare in modo – ha detto – che la fase



Da sinistra: Enzo Sivori, Nicola Picaro, Paola Minini, Maria Rosa Alaggio, Jean-François Mossino e Angelo Colia

successiva a quella transitoria avvenga senza scossoni. Vogliamo creare un'associazione vicina a tutti i colleghi, senza una gestione centralistica”.

## LE SOCIETÀ DI SERVIZIO

Il sostegno agli associati passa anche dal ruolo delle società di servizio. Picaro le ha definite una priorità. “Per le dimensioni e la forza economica che abbiamo – ha detto – ci sono dei progetti precisi e puntuali, ad esempio strumenti gratuiti per aiutare le agenzie a ottemperare alle normative”. Minini ha poi spiegato che l'associazione è attualmente al lavoro per fare un'armonizzazione delle diverse società di servizi: “ci sono varie implicazioni giuridiche e legali – ha rivelato – ma l'obiettivo è quello di offrire un supporto concreto per fornire consulenza e specializzazione”.

## CONTAMINAZIONE TRA I DUE LIVELLI DI CONTRATTAZIONE

Un'associazione delle dimensioni di Aua può cambiare il peso politico delle rappresentanze? Sivori ha spiegato che l'associazione vuole “occupare molto più efficacemente il posto che le compete, cioè la contrattazione di secondo livello, che però non riguarda solo i rapporti con la mandante ma anche il supporto agli agenti”. Dei diritti fondamentali degli agenti, ha aggiunto, si devono occupare i sindacati nazionali, “di cui noi vogliamo diventare un supporto”. Per Sivori il punto di arrivo è quello di raggiungere “una contaminazione” tra i due livelli. “Noi – ha precisato – dobbiamo poter interveni-

re nell'attività sindacale nel suo complesso. Abbiamo la necessità di partecipare alle attività sindacali che badino alla sostanza e non alla forma. Abbiamo la necessità di crescere insieme per arrivare a mettere a fattor comune le *best practice*”.

## IL RAPPORTO CON LA MANDANTE

Quanto al rapporto con la mandante UnipolSai, prima compagnia danni del mercato italiano, è stata ribadita la volontà di collaborazione costruttiva. “Non mi limiterei – ha detto Picaro – a parlare di sostegno. Agenti e compagnia sono maglie della stessa rete: non può esistere una maglia senza l'altra”. Secondo Colia, “anche all'azienda è utile il valore aggiunto che possiamo portare noi agenti. Vogliamo fare in modo che Aua diventi per chi verrà dopo di noi una casa in cui tutto è già al proprio posto”. Ma per essere incisivi e più forti, per arrivare ai tavoli in modo concreto, ha aggiunto Colia, “bisogna rendersi conto delle necessità dei colleghi sul territorio”. L'auspicio di Mossino è che i colleghi si distinguano. “Che siano esperti e qualificati nella relazione col cliente, diventando più dinamici. Dobbiamo trovare – ha aggiunto – le opportunità fisiche e virtuali per essere vicini al cliente e proattivi nella proposta di servizi con offerte mirate: in questo senso sono fondamentali i dati”. Inoltre, ha concluso Mossino, “dobbiamo evolvere nella capacità di comunicazione, mettendo la tradizione al servizio dell'evoluzione. Saper usare il web e i social significa anche riuscire a esserci nei momenti che contano per il cliente”.