

GRUPPO AGENTI

GAZ, È TEMPO DI FARE FRONTE COMUNE

DOPO ALCUNI PERIODI TURBOLENTI, ORA I RAPPORTI TRA IL GRUPPO AGENTI ZURICH E LA MANDANTE STANNO ATTRAVERSANDO UNA FASE DI “PRAGMATICO E LEALE CONFRONTO”, COME SPIEGA IL PRESIDENTE DELLA RAPPRESENTANZA, ENRICO ULIVIERI, SECONDO CUI PER RIUSCIRE AD AFFRONTARE L’ATTUALE DURA SITUAZIONE ECONOMICA CHE LA PANDEMIA HA LASCIATO NEL PAESE, BISOGNA METTERE IN CAMPO UN APPROCCIO NUOVO

di BENIAMINO MUSTO



Enrico Ulivieri (al centro), presidente del Gruppo Agenti Zurich, con la sua giunta

Era il 1947, la seconda guerra mondiale era terminata da poco, quando gli agenti italiani di una compagnia svizzera, la **Zurigo**, fondavano un proprio gruppo agenti. A 73 anni di distanza, con una compagnia diventata nel frattempo uno dei principali gruppi assicurativi mondiali, il **Gruppo Agenti Zurich (Gaz)** ha avuto modo di crescere e maturare, e in qualche occasione, come vedremo, è stato anche un precursore dei tempi, come nel caso delle aggregazioni.

LA STORIA DEL GRUPPO

Il Gaz può contare su 400 agenzie iscritte, presenti su tutto il territorio nazionale. A guidare la rappresentanza, dal 2007, è **Enrico Olivieri**, ormai giunto al suo quinto mandato da presidente. “Il gruppo – spiega – è coeso, anche se non manca la dialettica interna, ed è

caratterizzato da una forte partecipazione degli iscritti agli incontri e alle attività che svolgiamo sul territorio”. Come accennato, il Gaz ha in certo senso anticipato i tempi. L’attuale associazione, infatti, è il risultato dell’unificazione delle rappresentanze agenziali di **Zurigo**, **Danubio** e **Minerva**. “Un processo di unificazione tra gruppi agenti come quelli che stiamo osservando negli ultimi anni – afferma Olivieri – il nostro gruppo ha dovuto affrontarlo sul finire del secolo scorso, quando la Zurigo decise di riunire sotto un unico marchio la rappresentanza italiana delle compagnia svizzera, l’**Alpina**, la Danubio e la Minerva”. Un percorso di unificazione intrapreso anche dalle rappresentanze agenziali che si unificarono nel corso dello storico congresso di Riccione avvenuto nel 1996. “L’aver deciso di intraprendere subito la strada dell’aggregazione –

L’ALLEANZA CON I CONSUMATORI

Nel settembre del 2019 è stata depositata in Parlamento una proposta di legge per introdurre l’obbligatorietà dell’assicurazione per gli edifici privati a seguito di catastrofi naturali. Il ddl, presentato dalla deputata **Michela Rostan**, vede tra i firmatari anche il Gruppo Agenti Zurich, ed è uno dei risultati della collaborazione che il Gaz ha avviato dal 2018 con **Konsumer Italia**. Ma il primo approdo di questa partnership è stato il debutto del progetto *Agenzia amica del consumatore*, che ha allestito una rete di assistenza dedicata ai consumatori su tutto il territorio nazionale, tramite le agenzie Zurich che hanno aderito all’iniziativa, e che “sono una diretta emanazione dell’associazione dei consumatori”, spiega il presidente del Gaz, Enrico Olivieri. “Preso atto di come i regolatori europei, attraverso l’introduzione di importanti regolamenti quali Idd e Gdpr, abbiano voluto ampliare le tutele a favore dei consumatori/clienti, la nostra associazione ha cercato di differenziarsi dal resto del mercato avvicinandosi a chi istituzionalmente rappresenta i consumatori, nello specifico Konsumer Italia, guida-

ta dal presidente **Fabrizio Premuti**. Siamo convinti infatti che per aumentare la cultura assicurativa in questo Paese si debba innanzitutto parlare a chi non conosce il particolare mondo delle assicurazioni. Konsumer Italia, inoltre, sta collaborando con la nostra associazione affiancandoci nell’importante trattativa, in corso proprio in queste settimane, per la definizione di un accordo che normi l’uso dei dati che i clienti forniscono agli intermediari assicurativi”. Il perché di questa scelta, ribadisce Olivieri, risiede nel fatto che “è il consumatore il vero proprietario dei suoi dati, e l’unico a poter decidere a chi affidarli per una corretta raccolta e gestione”.

Tornando al disegno di legge sulle polizze catastrofali, Olivieri rivela che “eravamo molto fiduciosi in merito alla conclusione dell’iter legislativo di un provvedimento che avrebbe comunque una portata storica per il nostro Paese. Iter che purtroppo la stretta attualità legata alla pandemia ha certamente rallentato”. Ma, aggiunge, “non sarà l’unica proposta di questo genere: con Fabrizio Premuti, stiamo pensando ad altre iniziative, anche a livello legislativo”.

osserva Olivieri – ci ha contraddistinto, e grazie alla grande lungimiranza dei miei predecessori il nostro gruppo ha saputo far fronte comune per avere una rappresentanza ancora più forte”.

RAPPORTI CON LA MANDANTE

Dopo alcuni periodi “di grande agitazione”, ora Olivieri sottolinea che i rapporti con la mandante stanno attraversando una fase di “pragmatico e leale confronto” e di rispetto dei reciproci ruoli, il che “non esclude la possibilità di arrivare a una dialettica anche per certi versi accesa a seconda degli argomenti che ci si trova ad affrontare”. Dialettica accantonata quando il Paese è entrato nella fase più dura dell'emergenza sanitaria, “che ha visto Zurich e la nostra associazione impegnati a ricercare soluzioni condivise alle quotidiane difficoltà vissute dai colleghi sul territorio”. Emergenza, del resto, che non poteva essere affrontata se non unendo le forze. “Con la compagnia abbiamo condiviso le iniziative a sostegno delle agenzie e siamo soddisfatti di quanto fatto fino a ora, anche se è giusto sottolineare che c'è ancora molto da fare”. Nella fase più acuta dell'emergenza, quella del lockdown, “l'oggettiva difficoltà di interpretarne i reali impatti sull'economia italiana, e in particolare sui delicati equilibri delle nostre micro aziende/agenzie, abbiamo deciso di mutuare le iniziative poste in essere da importanti istituzioni economiche, allorquando si trovano ad affrontare crisi di natura economica richiedendo alla compagnia di immettere nel circuito agenziale la massima liquidità possibile. E qui devo fare un plauso alla compagnia perché non solo ha condiviso la nostra filosofia, ma soprattutto perché ha saputo immediatamente dare seguito agli impegni senza esitazione”. In questo modo, dice Olivieri, “abbiamo guadagnato tempo prezioso per poter osservare l'evoluzione di un mercato che certamente non sarà più quello a cui eravamo oramai abituati, e che tra qualche settimana potrà farci meglio comprendere quali altri interventi dovranno essere messi a disposizione della rete agenziale”. Nel frattempo questa emergenza sanitaria, e i relativi divieti, hanno aumentato la richiesta nel nostro Paese di strumenti che facilitano



l'operatività anche a distanza, ponendo al centro della discussione politica con la compagnia quale risposta dare. “Da questo punto di vista – prosegue – c'è il tentativo di trovare una modalità che ci differenzi nel mercato e che ci metta in condizione di essere moderni mantenendo le peculiarità dell'intermediario tradizionale. Su questo credo che la nostra visione e quella della dirigenza Zurich non siano lontane”.

IL FUTURO OLTRE LA CRISI

Le agenzie Zurich stanno affrontando bene un momento per la verità molto complicato, continua il presidente Gaz, “abbiamo istintivamente scelto la prossimità al cliente alla lontananza”. Tuttavia, pensando al futuro “dovremo tutti ripensare a un modo nuovo di ideare e proporre i prodotti al cliente. Sono riflessioni che andranno fatte alla luce del mercato che troveremo, quando ci saremo finalmente lasciati alle spalle la pandemia. Io non credo che tutto tornerà come prima. Dobbiamo abituarci a lasciare il mondo che conosciamo e prepararci al mondo che sarà”. Su questo fronte tecnologia e digitalizzazione giocheranno un ruolo fondamentale. “Dobbiamo abituarci – conclude Olivieri – ad affrontare il mercato che verrà con strumenti moderni, ma che esaltino le nostre peculiarità e che non inibiscano la caratteristica principale per cui noi agenti di assicurazione ci differenziamo: saper costruire prima, e mantenere poi, la relazione con il cliente”.