

ADDIO ALLE SIGNORINE D'AGENZIA

Uno dei primi ricordi che conservo dal mio ingresso, ormai 25 anni fa, nell'editoria specializzata per il settore assicurativo, è un convegno in cui qualche relatore della categoria degli agenti faceva riferimento alle risorse femminili attive nelle loro agenzie come "alle signorine d'agenzia".

Ricordo la mia malcelata disapprovazione e la consapevolezza di quanto ancora ci fosse da fare in un settore gestito esclusivamente da uomini, e non solo nelle reti agenziali ma anche nelle compagnie di assicurazione.

Fortunatamente ormai da tempo tutte le compagnie non solo discutono di gender gap e di pari opportunità, ma applicano nelle loro realtà strategie tese all'empowerment femminile, al coinvolgimento attivo delle donne in azienda, al riconoscimento del loro contributo. Ed estendono tali strategie anche all'esterno del perimetro aziendale attraverso partnership, adesioni ad associazioni e numerose iniziative sul territorio, nelle Università, con l'obiettivo di sviluppare programmi di diffusione culturale e di valorizzazione dell'universo femminile.

Ebbene, nel corso dell'evento organizzato a Milano il mese scorso dall'Unione Agenti Axa ho appreso, con una certa sorpresa, che "le signorine d'agenzia" non sono ancora scomparse nel linguaggio dei colleghi uomini. Certo, non di tutti i colleghi, ma il concetto nelle menti di alcuni esponenti della categoria è ancora vivo.

L'invito a eliminare questa definizione rappresenterebbe il messaggio più semplice da diffondere, seppure non così banale. A parlare sono infatti alcuni dati: dallo studio che è stato presentato dalle agenti Axa nel corso del recente convegno emerge che è donna l'81,2% dei 32mila dipendenti delle circa 9.000 agenzie assicurative sul territorio nazionale. Ma emerge anche che le iscrizioni femminili alla sezione A del Rui sono solo il 22% e che, in generale, le donne presenti in agenzia sono mogli, figlie, sorelle di agenti uomini. I dati Inps sulla retribuzione, inoltre, ci dicono che le donne agenti guadagnano il 30% in meno rispetto agli uomini.

Ecco allora che un plauso va rivolto all'Unione Agenti Axa per aver avviato, grazie all'evento organizzato a Milano, un'iniziativa di sensibilizzazione, direi la prima in assoluto, sull'inclusione femminile anche nell'ambito della rete agenziale. E lo ha fatto coinvolgendo innanzitutto Axa Italia, da tempo attiva nello sviluppo di iniziative diversificate a favore delle pari opportunità, e con la promessa di insistere sulla necessità, per tutti gli agenti, di valorizzare il contributo delle donne in agenzia, le loro competenze e la possibilità di crescere in una categoria che necessita di rendersi più attrattiva per le nuove generazioni, ragazze e ragazzi.

Tematiche come il gap contributivo, il congedo parentale e lo smart working restano alcuni dei nodi che anche molte aziende di più grandi dimensioni e più strutturate non hanno risolto, e che testimoniano che la reale parità di genere nel nostro paese resta ancora un traguardo piuttosto lontano.

Partendo dalla sostanziale differenza che caratterizza la grande azienda da un'agenzia di assicurazione, gestita da imprenditori nelle diverse zone territoriali del nostro paese, la priorità per far emergere il valore dell'universo femminile che popola il canale agenziale è puntare sull'evidenza delle sue capacità. Perché in moltissimi casi sono le donne che mandano avanti le agenzie, che possiedono capacità organizzative, conoscenza dei prodotti, know how tecnico: un aspetto che va condiviso e compreso innanzitutto tra le donne per poi confrontarsi con i colleghi in agenzia, sul territorio, in generale con il sistema agenziale e con le compagnie.

Evitando di giocare il proprio ruolo in una sterile lotta tra donne e uomini, per le donne agenti sembra dunque essere arrivato finalmente il momento di mostrare con più incisività ciò che sanno fare, quale è il loro contributo, e quali grandi obiettivi ancora sono in grado di raggiungere.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it