

# L'AGENTE TRA INNOVAZIONE E TRADIZIONE

BILANCIO POSITIVO, QUELLO DI ANAPA, A UN ANNO DALLA SUA NASCITA. IN OCCASIONE DELLA SECONDA CONVENTION, LO SCORSO FEBBRAIO A ROMA, IL SUO FONDATORE E PRESIDENTE NAZIONALE, VINCENZO CIRASOLA, HA TIRATO LE SOMME DI 365 GIORNI IN CRESCITA, PRESENTANDO UN NUOVO MODELLO DI AGENZIA

Su cinque milioni di euro di provvigioni gestite, quasi il 70% dei premi intermediati è raccolto da **Anapa**. “Un grande lavoro, – ha dichiarato il presidente **Vincenzo Cirasola** – che ci porta, oggi, a dire di essere vicini ai problemi degli agenti, con i quali abbiamo instaurato una dialettica molto forte, pur nel rispetto dei ruoli”.

Il 2014 sarà l'anno della consacrazione di Anapa, che pone l'attenzione su concorrenza, plurimandato e innovazione. “Anapa – ha confermato Cirasola – è stata lungimirante, prima di tutto sul grave rischio della disintermediazione: nel 2012, lanciammo un appello per segnalare che il *decreto Crescita* poneva le premesse

di un mercato fatto di *competitor* agguerriti, alla ricerca del prezzo più basso.

Anapa non è contraria alla concorrenza ed è a favore del consumatore, questo, però, non vuol dire dargli solo il prezzo più basso, ma la migliore consulenza. In Italia, invece, si sta promuovendo una cultura secondo la quale il premio deve essere abbassato intervenendo sugli intermediari: una visione aberrante”.

Il discorso scivola sul plurimandato che, ha affermato Cirasola, non ha funzionato: la speranza è che non venga imposto dall'**Antitrust** per via obbligatoria. “Noi diciamo: plurimandato sí, ma come libera scelta, perché libertà vuol dire anche scegliere di restare in esclusiva”.

Anapa si dichiara pronta a collaborare con imprese, governo e sistema per il rilancio del settore assicurativo. “Siamo preoccupati – ha spiegato il numero uno di Anapa – per le piccole agenzie: alle compagnie chiediamo di trattarci come *business partner*; al governo, diciamo che lo sviluppo e la concorrenza non si creano a colpi di decreti legge, ma con una legge quadro, scritta con calma e razionalità”.

E, sulla strada del rilancio e dell'innovazione, l'associazione voluta da Vincenzo Cirasola, propone un modello ibrido di agenzia basato su esperienza, professionalità e innovazione. “Non siamo contrari all'era digitale, l'evoluzione è irreversibile. Vogliamo allearci con internet, utilizzandolo, però, al servizio dell'agenzia”.

L.S.

## L'AGENZIA DIGITALE SECONDO ANAPA

**U**n nuovo modo di lavorare. Anapa propone una App, con cui l'agente potrà avere l'intero ufficio a portata di mano per costruire un'offerta personalizzata, sulla base delle esigenze del cliente, e per modificare, in qualunque momento, le scelte dell'assicurato, eliminare gli adempimenti burocratici e compilare le polizze, in modo automatico, utilizzando la firma digitale. Il tutto in tempo reale, con notevole risparmio di tempo e risorse economiche.