

to l'entità cui le Compagnie stesse accennano nei loro pro-  
memoria. Infatti le aliquote di spese, ricavate dalla  
esperienza dell'Istituto, comprendono una quantità  
di elementi che non corrispondono a necessità di lavo-  
ro delle Compagnie; così vi sono incluse le spese di  
pubblicità fatte dall'Istituto in misura larghissima  
per ragioni di interesse pubblico e con risultati che ri-  
dondano a beneficio anche delle Compagnie; vi sono  
inoltre erogazioni di vario genere, ecc.

È ed è questa la ragione fondamentale che toglie  
valore alla tesi delle Compagnie - almeno per quanto  
riguarda l'onere delle spese di acquisto dei contratti -  
che l'altissima aliquota oggi pur troppo vigente non  
rappresenta affatto una necessità della produzione, ma  
soltanto uno sperpero imposto dai metodi della concor-  
renza. È ben noto che soltanto una parte dell'attuale  
costo della produzione rappresenta il reale compenso  
degli Agenti e Produttori; una parte certamente note-  
vole è dispersa in abbuoni e in altre forme illecite di  
accaparramento della produzione, forma a cui anche  
gli Agenti delle migliori Compagnie e dello stesso  
Istituto si vedono costretti, se non vogliono perdere  
terreno di fronte ai concorrenti. L'aliquota del 40% pre-  
vista dalla legge e che a suo tempo fu richiesta dalle  
stesse Compagnie, sarebbe più che sufficiente per una