

L'ASSICURAZIONE DELLA “NUOVA NORMALITÀ”

Gli Stati Generali di Villa Pamphily hanno definito un programma di ripartenza dell'Italia che prevede ambiziosi interventi sul digitale e sui pagamenti elettronici, su infrastrutture, fisco, green economy, lavoro e pubblica amministrazione. Termini come rilancio, semplificazione, lotta agli sprechi, produttività, riduzione delle disuguaglianze, ricorrono come una promessa per la nostra rinascita, economica e sociale, sulla quale affrontare il futuro e vincere la battaglia più dura per il nostro Paese dopo la seconda guerra mondiale.

Il clima di ricostruzione post bellica, con tanto di confronti tra gli investimenti messi in campo attraverso il Piano Marshall e il relativo Recovery Program europeo che prevedeva allora, solo per l'Italia, un contributo di 1,2 miliardi di dollari, ha generato nelle scorse settimane un dibattito sulle analogie tra i due periodi storici.

Al di là delle analisi sugli importi resi disponibili all'epoca dagli Usa rispetto alle risorse di cui l'Italia potrà disporre nei prossimi mesi grazie all'intervento dell'Europa, a quali condizioni e con quali penalità, il comune denominatore nella storia resta l'urgenza di uno sforzo comune per ricostruire, valorizzare asset preziosi e generarne di nuovi. Le sfide che ci attendono sono titaniche e ci impongono di affrontare questioni su cui per decenni l'Italia non è stata in grado di trovare alcuna soluzione: dall'arretratezza delle infrastrutture e della tecnologia, dal welfare al rilancio dell'occupazione e della produzione.

Una situazione di una gravità tale da ammonirci sulla necessità di evitare errori, e anzi di interpretare l'emergenza virale come un'opportunità, finalmente, per applicare le tanto auspiccate riforme per la modernizzazione e la competitività del Paese.

Anche per il settore assicurativo, come evidenzia l'Ania, questa fase rappresenta un'occasione per dimostrare un ruolo da sempre auspicato, che conferma l'importanza economica e sociale del settore attraverso il contributo dell'assicurazione in un nuovo modello di collaborazione pubblico-privato da articolare sia su più ampie possibilità di protezione della popolazione sia sulla capacità di estendere il raggio di azione anche agli investimenti in green e digitale.

Qualcuno ha definito questo periodo come “un Rinascimento dell'industria assicurativa” dove le insurtech rappresentano oggi, nell'analogia con l'epoca d'oro che tanto ha dato lustro nel tempo al nostro Paese, come le botteghe in cui operavano apprendisti come Leonardo da Vinci o Sandro Botticelli. Spazio all'innovazione, dunque.

Ma la pandemia ci sta dimostrando che per costruire il nuovo Rinascimento non è sufficiente continuare a percorrere strade classiche già aperte dalle compagnie negli ultimi anni.

Il termine “protezione”, refrain in tutta la comunicazione del settore assicurativo, dovrà essere riempito di contenuti che, partendo dalle conseguenze che la pandemia ha generato a livello sociale, sappiano dare risposte efficaci per individui, famiglie, piccoli esercizi commerciali e grandi aziende. Al centro resta il tema del cambiamento: economia circolare, sostenibilità e clima torneranno sulla scena richiedendo nuove strategie, così come il cyber risk, reso ancora più dirompente dalla spinta alla digitalizzazione, sarà alla base delle risposte. La questione su cui interrogarsi nel percorrere la classica strada della “protezione” parte dalla rivoluzione che il coronavirus ha provocato, ingigantendo le paure, modificando le abitudini della popolazione, le modalità di lavorare e la mobilità. La “nuova normalità” è ormai l'espressione ricorrente su cui le compagnie dovranno rivedere piani industriali in funzione di rischi che in poco tempo hanno acquisito un peso diverso, in relazione a un cliente che sta cambiando la propria scala di valori, e quindi di comportamenti. E in funzione di una società resa ancora più fragile, in cerca di sicurezza, di competenza e di percorsi che sappiano accompagnare verso un futuro migliore.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it