

COME COINVOLGERE le NUOVE GENERAZIONI

La società italiana si mostra ancora scettica o diffidente nei riguardi delle soluzioni di protezione, mentre è sempre più evidente l'esigenza di integrare il sistema pubblico con modalità mutualistiche. Per sensibilizzare l'opinione pubblica, il gruppo Intesa SanPaolo ha avviato una serie di iniziative per avvicinare e coinvolgere in particolare i giovani

di **CHIARA PASTORINO**,
responsabile personale, change
management e sostenibilità
di Intesa Sanpaolo Vita

La diffusione di una buona cultura della protezione è un elemento fondamentale per lo sviluppo e la crescita dell'economia del nostro paese ed è per questo che come gruppo Intesa Sanpaolo e in particolare come divisione assicurativa abbiamo avviato numerose iniziative per sensibilizzare le persone e accrescere la conoscenza sul tema.

Un paese con adeguati livelli di protezione assicurativa è un paese solido, in grado di mutuarne i rischi trasferendoli dalle persone al sistema assicurativo e di liberare così importanti risorse mantenute in liquidità a scopo precauzionale per investimenti in economia reale.

Purtroppo l'Italia sconta ancora ritardi sulla copertura dei rischi come dimostra il volume della

raccolta premi nel ramo danni che è circa la metà di quello dei principali paesi europei. Inoltre, anche una recente indagine Ipsos conferma che circa una famiglia italiana su due non sa come tutelarsi dai rischi o rimanda la riflessione in futuro, mentre solo il 9% si affiderebbe alle compagnie assicurative. Dati che rendono sempre più importante l'impegno dell'intero sistema assicurativo per accelerare un cambiamento culturale, con una particolare attenzione alle nuove generazioni.

Una maggiore consapevolezza rispetto alla gestione dei rischi, infatti, consentirebbe alle persone di impiegare

con serenità le proprie risorse per pianificare il futuro, anche di natura previdenziale, e alle imprese di accrescere la loro competitività sul mercato, grazie ad esempio alle coperture assicurative sulla continuità del business e altri nuovi rischi come quelli informatici.

La divisione assicurativa di Intesa Sanpaolo crede fortemente in questi principi e nel contributo che la diffusione di una miglior cultura assicurativa può dare per rafforzare il benessere della collettività. Convinzione che è testimoniata dall'ultimo piano industriale del gruppo Intesa Sanpaolo che mette al centro la protezione

delle persone e della comunità nella quale operiamo.

Dall'esperienza sperimentata al master

La divisione assicurativa ha scelto di affrontare il tema della cultura della protezione dal punto di vista dell'innovazione, della formazione e dei giovani. La prima iniziativa in ordine di tempo è sicuramente Area X. Si tratta di uno spazio fisico in via San Francesco d'Assisi a Torino, dove sperimentare, grazie alla realtà virtuale, il valore della protezione assicurativa nelle situazioni di vita quotidiana. Uno spazio che anche



Chiara Pastorino, responsabile personale, change management e sostenibilità di Intesa Sanpaolo Vita

durante la pandemia non ha smesso la sua attività di sensibilizzazione sul tema, arricchendo il suo palinsesto con una serie di eventi digitali dedicati a storie di protezione e di persone straordinarie.

Un secondo progetto che desidero ricordare è il master in *Insurance Innovation*, un'iniziativa che abbiamo promosso con il sostegno della compagnia di San Paolo insieme a prestigiosi partner industriali e accademici. L'obiettivo è fornire una risposta adeguata ai fabbisogni formativi-occupazionali del settore assicurativo e formare nuove figure professionali preparate per affrontare i profondi

cambiamenti tecnologici in atto. Si tratta di un'iniziativa molto rilevante per la nostra Divisione perché coniuga il tema della diffusione di una miglior cultura assicurativa con la valorizzazione del talento dei giovani, la sostenibilità e l'innovazione. La seconda edizione partirà a gennaio 2022 ed è possibile candidarsi fino al 20 dicembre.

Un contest per attrarre i giovani

Ultima in ordine di tempo, ma non meno importante per obiettivi, coinvolgimento delle nuove generazioni e nuovi linguaggi è l'iniziativa *Proteggere ad*

Arte. Lanciato all'inizio di agosto, il contest chiama a raccolta tutti i giovani appassionati di video, arti figurative e fotografia, chiedendo loro di interpretare il mondo della protezione assicurativa secondo la propria sensibilità e i propri mezzi espressivi. L'obiettivo è quello di portare i partecipanti nel cuore della cultura della protezione per valorizzarne la sua importanza: dalla cura per i propri risparmi e per la propria salute, alla protezione della casa e dei beni, fino alla sicurezza per le attività quotidiane come quelle sportive o legate agli hobby personali. Proteggere ad *Arte* è articolato in tre categorie, video, arti figurative e fotografia, attraverso le quali i partecipanti potranno liberare la propria immaginazione. Tre professionisti del settore guidano i partecipanti, ciascuno per la propria categoria, dando indicazioni sull'idea da realizzare. Da un video, a una foto, ma anche *stories*, *reel*, e contenuti stile TikTok oppure un fumetto, un'illustrazione, o un'opera d'arte più tradizionale, purché il

messaggio finale dell'opera racconti, con un linguaggio artistico giovane e diretto il proprio concetto di protezione assicurativa. Il contest prevede tre fasi di selezioni, valutate dal pubblico votante e da un comitato composto dai tre *curator* artistici e da un esperto di assicurazioni. Si arriverà all'ultima fase di selezione con le 9 opere più meritevoli e il 15 dicembre saranno ufficializzati i nomi dei vincitori che si aggiudicheranno attrezzature professionali e la possibilità di fare uno stage presso una delle strutture del gruppo Intesa Sanpaolo per un'attività formativa e professionale. Per una maggior diffusione dell'iniziativa abbiamo previsto un concorso a premi per gli utenti votanti con in palio soggiorni in città d'arte, ingressi a musei e gallerie. Proteggere ad *Arte* ci aiuterà a creare nuove iniziative e nuovi contenuti per diffondere il valore dell'assicurazione e stimolare sempre di più una maggior consapevolezza, tra le persone, dell'importanza della protezione per il proprio benessere e quello della collettività. 1