

UN CAMBIO DI PROSPETTIVA NEL SETTORE

di BENIAMINO MUSTO

LA SOSTENIBILITÀ COMPORTA UN NUOVO PARADIGMA DEL MODO DI FARE IMPRESA, CHE NON PUÒ ESSERE RIMANDATO. IN QUESTO CONTESTO ANCHE GLI INTERMEDIARI ASSICURATIVI SONO CHIAMATI AD AVERE UN RUOLO PROATTIVO. UNA RICERCA DEL CENTRO STUDI BAFFI-CAREFIN DELL'UNIVERSITÀ BOCCONI PROVA A CAPIRE IN CHE MODO TENERE INSIEME L'ATTIVITÀ DI DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA E LE TEMATICHE ESG

Il tema della sostenibilità ha storicamente trovato presso gli assicuratori un'attenzione forte nella consapevolezza che, nel sistema economico, chi si occupa di rischi è tra i primi a essere chiamato in causa all'indomani di un evento catastrofe che abbia prodotto danni.

Se si ascrive la sostenibilità all'ambito dell'impatto ambientale, gli assicuratori possono influire in modo significativo in questo percorso, sia perché sono tra i primi a essere chiamati in causa in seguito a eventi catastrofici, sia in qualità di sottoscrittori e investitori istituzionali. Basti ricordare che nel 2020 uragani, incendi e inondazioni hanno portato al pagamento di sinistri per 81 miliardi di dollari.

Se si amplia il tema all'ambito Esg, si evince come le compagnie, di fatto, stiano già mettendo la sostenibilità al centro dei propri obiettivi, sia nell'ambito degli investimenti finanziari (investendo i premi in titoli o fondi con alto rating Esg, e disinvestendo dai combustibili fossili) sia in quello delle politiche interne (attenzione alla diversità, benessere dei dipendenti, impatto sull'ambiente).

COME INFLUIRE IN MODO SIGNIFICATIVO IN QUESTO PERCORSO

Le connessioni tra le tematiche Esg e l'industria assicurativa sono state oggetto di uno studio realizzato dal team di ricerca coordinato dalla professoressa **Patri-**



zia Contaldo, del centro studio *Baffi-Carefin* dell'**Università Bocconi** di Milano.

Da una prima analisi di quanto reso noto dal settore assicurativo, emerge che le compagnie stanno ampliando le loro scelte strategiche operando non solo in ambito finanziario e di governance, ma anche rivisitando prodotti e orientamento al cliente: studiando nuovi rischi da assicurare, considerando nuove forme assicurative (ad esempio le polizze che utilizzano la tecnologia) e creando prodotti e servizi che stimolino i consumatori ad adottare comportamenti virtuosi.

La ricerca ha, inoltre, presentato in particolare un inedito focus su un ambito scarsamente esplorato in precedenza, ovvero le connessioni tra le tematiche Esg e gli intermediari, indicando quali sono le azioni che possono essere messe in atto dalla categoria. Illustrato il 20 ottobre scorso in occasione della presentazione dell'Osservatorio europeo degli intermediari assicurativi di **Cgpa Europe**, lo studio ha rilevato alcuni punti chiave che determinano un cambio di prospettiva del settore dei servizi finanziari nel dare importanza a questa tematica.

“La sostenibilità – afferma Patrizia Contaldo – comporta un cambiamento nel paradigma del modo di fare impresa, che non può essere rimandato. In questo contesto ritengo che anche gli intermediari siano chiamati ad avere un ruolo proattivo. Il rapporto di fiducia con i clienti rappresenta il miglior volano per promuovere la spinta alla transazione ecologica e culturale”. In termini finanziari, ad esempio, orientando i propri investimenti in settori Esg, anche collaborando con attori green, ma soprattutto valorizzando e sistematizzando le proprie attività attraverso la definizione di Kpi ad hoc che permettano di formalizzare e promuovere, nei confronti del sistema finanziario e del settore assicurativo, il livello di raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità Esg anche grazie ad una adeguata disclosure.

LE SFIDE PER GLI INTERMEDIARI

Non solo le scelte di investimento e il monitoraggio delle attività: la sfida è che anche la stessa attività di distribuzione di prodotti assicurativi possa avvicinarsi il più possibile ai principi Esg. A partire dal farsi portavoce, presso le mandanti, di elementi e richieste dei clienti da considerare nel design dei prodotti. Ma anche nella valutazione stessa dei rischi, sviluppando una maggiore sensibilità verso quelli a maggiore impatto ambientale, così come nel monitoraggio nel tempo del profilo di propensione green del cliente, e creando un giusto equilibrio tra relazione fisica e virtuale per ridurre l'impatto ambientale. Patrizia Contaldo sottolinea che “soltanto un necessario e costante dialogo con i produttori può favorire un modello di mercato *più green* che trova un bilanciamento tra le esigenze dei clienti e il ruolo delle imprese”.

Lo studio individua ulteriori obiettivi sfidanti per la categoria a proposito di quelle che vengono definite



“politiche interne” e nelle “politiche del territorio”. Nel primo caso, il primo aspetto richiamato è quello di sensibilizzare al tema della sostenibilità le risorse interne e i collaboratori, offrendo loro ambienti e condizioni di lavoro funzionali al benessere e alla valorizzazione dei talenti. C'è poi un aspetto puramente “ambientale”, riguardante la riduzione dell'impatto delle risorse usate per generare business (abbandono della plastica, smaltimento corretto dei rifiuti, efficienza nei consumi). Ulteriori elementi riguardano la valutazione del livello di sostenibilità dei partner, favorendo l'adozione di comportamenti virtuosi dei fornitori, e l'attenzione alle politiche di inclusione verso minoranze sociali e di promozione della diversità di genere.

Per quanto riguarda le “politiche del territorio”, lo studio inquadra tre obiettivi in tre ambiti: educazione, coinvolgimento, sponsorship. Nel primo caso, l'azione suggerita agli intermediari è quella di educare il cliente alla riduzione del consumo energetico e alla messa in atto di misure per ridurre i danni causati dagli eventi ambientali. Andrebbe poi stimolata “l'adozione delle politiche interne Esg nei clienti corporate”, e, infine, “perseguire attività di sponsorship” che abbiano un positivo impatto ambientale e sociale, “valorizzando le attività in atto – conclude Contaldo – con elementi legati agli aspetti di sostenibilità, quali, ad esempio, il supporto di minoranze come i giovani che rappresentano un'importante risorsa anche per il settore assicurativo”.

