

RIPARTIRE DAI GIOVANI

BASTA ALLARMISMI, INVOCANO GLI ADDETTI AI LAVORI. SERVE INFORMAZIONE E CULTURA ASSICURATIVA, SOPRATTUTTO TRA LE NUOVE GENERAZIONI. E GLI INTERMEDIARI TORNINO A FARE I CONSULENTI. SU QUESTI PRESUPPOSTI SI È SVOLTO IL CONVEGNO ORGANIZZATO DA INSURANCE CONNECT NELL'AMBITO DELLA GIORNATA NAZIONALE DELLA PREVIDENZA

La vita si allunga (i sessantenni, nel 2050, saranno il 30% della popolazione), il lavoro si fa precario (secondo il **Censis**, il 40% dei lavoratori fino a 34 anni dichiara un lavoro precario, con assenza di versamenti pensionistici) e cresce l'emergenza *welfare*.

Il convegno *Previdenza complementare, l'alternativa che pensa al futuro*, organizzato da *Insurance Connect* nell'ambito della *Giornata nazionale della previdenza*, moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*, è partito da questo scenario per favorire il confronto tra gli operatori e individuare soluzioni a supporto di una maggiore consapevolezza dei consumatori, delle famiglie e delle aziende italiane.

“Parallelamente – spiega **Federica Orsini**, senior manager di **Prometeia** – aumenta la preoccupazione delle famiglie, consapevoli che il settore pubblico coprirà sempre meno le esigenze previdenziali (oltre il 50% si aspetta un tenore di vita più basso dopo la pensione) e che bisognerà attivarsi con strumenti di autotutela”. Eppure solo il 30% della popolazione ha sottoscritto una forma di previdenza integrativa, un fatto che è confermato dai numeri dell'industria assicurativa: nel 2013, su 24 milio-


ni di italiani, vi sono 6,2 milioni di iscritti, corrispondenti a 4,5 miliardi di euro, su un totale di 90 miliardi di raccolta vita (5%), in calo del 2%.

“Dati spiegabili in parte – evidenzia Orsini – da ragioni culturali, laddove bisogna far emergere i bisogni assicurativi latenti, riferiti all'intero ciclo di vita (studi dei figli, integrazione pensionistica, inabilità, malattie gravi, decesso), ripensando la pianificazione economico-finanziaria delle famiglie in ottica previdenziale”.

E soprattutto, emerge il limite di una non chiara informazione: l'indagine *Prometeia*, rileva che il 70% si dichiara poco o per nulla informato, evidenziando un ruolo marginale da parte degli operatori istituzionali.

IL MERCATO DEL FUTURO

Se la fotografia attuale presenta dei limiti, molto si può fare per il futuro. “È necessario seminare oggi – sottolinea **Giacomo Carbonari**, segretario generale del **Forum Ania-consumatori** – per il mercato del 2040”. Per farlo, il Forum è partito dall'iniziativa, intitolata *Io & i rischi*, che vede protagonisti i giovanissimi di scuole medie e del liceo. Secondo un'indagine 2011 **Doxa-Centro Ei-**



naudi e Intesa Sanpaolo, nella fascia 18-29 anni, il 50% non sa cos'è un'obbligazione e chi ha nozioni su risparmio e investimenti dichiara di averle apprese tramite la famiglia (51,4%), mentre solo il 6,7% tramite la scuola. È proprio su quest'ultima che il Forum vuole lavorare, utilizzando i docenti per educare i ragazzi nel lungo periodo sul welfare. "Con 599 scuole aderenti, 894 classi partecipanti, 24mila studenti coinvolti e 1.287 docenti attivi, educiamo i giovani su gestione del rischio, prevenzione, mutualità, pianificazione e previdenza, con una mappa della vita per affrontare il futuro, inteso come lavoro, esperienze, famiglia, salute e invecchiamento".



Giacomo Carbonari,
segretario generale Forum Ania-consumatori

PUNTARE ALLA QUALITÀ

Per rilanciare la previdenza integrativa, il messaggio degli assicuratori è tornare a fare consulenza. In questo, le agenzie hanno un ruolo chiave. "Vogliamo sederci vicino al cliente – conferma **Enrico Olivieri**, presidente gruppo agenti **Zurich** – e parlare di garanzie, aspettative e coperture sottolineando il valore del canale tradizionale. La differenza non la fa il prodotto, ma l'attenzione, la consulenza e la professionalità dell'intermediario, che deve smettere di fare il venditore e tornare a fare il consulente. Allo stesso tempo, dobbiamo rendere più moderne le nostre agenzie investendo nei nuovi canali (*social*, *app*), senza dimenticare che, dalla nostra, abbiamo le risorse e la capacità di dare le risposte a un cliente che necessita di un punto di riferimento consulenziale".

Per chi utilizza anche canali diversi, come **Aviva**, determinante è il ruolo del consulente. "Il cliente è lo stesso – conferma **Michele Colio**, distribution & marketing director di **Aviva Italia** – quello che cambia è l'approccio del distributore: nel caso degli agenti, va rafforzata la consulenza, che può fare la differenza in termini di competenze sui bisogni; nel caso della banca, bisogna lavorare molto sulla formazione perché il distributore, che fa una consulenza completa, necessita di quelle competenze tipicamente assicurative. L'obiettivo, dunque, è rafforzare il canale tradizionale, incrementando, in parallelo, l'ambiente digitale per creare sinergie tra canale diretto e tradizionale e dare al cliente la possibilità di scegliere". Sulla multicanalità punta anche **Genertellife** "Oltre alla rete agenziale – conferma **Paolo Cercato**, responsabile industria life **Genertellife** – utilizziamo il canale diretto e la bancassicurazione. Ma, per emergere, dobbiamo muoverci per primi, puntando sulla

qualità. In questo senso, stiamo orientando il nostro approccio su una *strategia quality*: non un semplice prodotto, ma un servizio. Il target che si rivolge al web cerca la convenienza, la facilità e l'accessibilità da qualunque postazione e strumento e così, ora utilizziamo skype per andare a trovare il cliente: in questo modo non c'è invadenza e l'assicurato si sente tranquillo in questa relazione".

Ma tutto questo quanto costa al consumatore? "La questione – spiega **Carmino Paoloantonio**, responsabile marketing retail di **Cariparma** – è quanto costerebbe non assicurarsi. Visto più come un costo di gestione che di acquisto, il cliente valuta il premio in itinere e la nostra esperienza ci dice che, quando l'acquisto è consapevole, il costo diventa un investimento, ma il punto di partenza è la fiducia tra consulente e cliente. In questo, l'*Home Insurance* aiuta, facendo sì che l'informazione sia sempre nelle mani del cliente".



Un momento della tavola rotonda

BASTA ALLARMISMI

Il messaggio, quindi, è puntare sui giovani. “Basta allarmismi – conferma **Alessandro Bugli**, legale dello studio **Taurini-Hazan** – altrimenti rischiamo di seppellire sia la previdenza pubblica sia quella complementare. Il dato italiano non è negativo, anche se le risorse sono ancora poche (113 miliardi di euro sul Pil) e la contribuzione al 33% è un dato altissimo (ma qui il vero problema sono le retribuzioni basse)”. La soluzione non è obbligare tutti alla previdenza integrativa, ma creare consapevolezza. “Se parliamo ai giovani di una prestazione che godranno fra 45 anni, non va bene. Parliamo di altri aspetti più interessanti, quali anticipazioni, possibilità di riscatto o di ottenere credito in funzione del fondo pensione. E poi, ripensiamo al riscatto a perdita dell’impiego, anche per le forme individuali, che darebbe la sicurezza al lavoratore di avere il Tfr come riscatto individuale, in caso di perdita del lavoro”.



Maurizio Hazan,
studio legale Taurini-Hazan



Federica Orsini,
senior manager di Prometeia

PIÙ ATTENZIONE ALLE LTC

Altro aspetto su cui lavorare sono i prodotti integrati: se il problema di oggi è il mercato del lavoro, quello di domani sarà la non autosufficienza. E lì che bisogna lavorare: sulla previdenza complementare abbinata alle *long term care*”.

Dello stesso avviso, **Maurizio Hazan**, avvocato dello studio legale milanese, che avverte: “secondo l’Istat, si passerà da 11,9 milioni di over 65, del 2008, a 18,5 milioni, del 2040 e il costo del ricovero in una casa di cura è stimato tra i 2.000 e i 3.000 euro al mese, che può aumentare fino a 5.000/6.000 euro, con prestazioni di tipo infermieristico. In Italia, però, non c’è sufficiente attenzione alle Ltc che presentano molte lacune, poche efficienze e garanzie e che devono essere veicolate, tra i giovani, diversamente. L’assicurazione – conclude – è il primo complemento naturale della previdenza e, in particolare, quello delle Ltc è un tema che deve avere la priorità nell’attenzione del legislatore”. **L.S.**