

# MERCATO ASSICURATIVO E ASPETTATIVE PER IL 2015

di LUIGI VIGANOTTI

TRASPARENZA E CAPACITÀ DI DIFFONDERE FIDUCIA TRA I CONSUMATORI ATTRAVERSO UNA MAGGIORE COMPrensIONE DELLE ESIGENZE DI FAMIGLIE E IMPRESE. SU QUESTE BASI L'INTERO SETTORE DOVRÀ OPERARE, NEI PROSSIMI MESI, PER FAR EVOLVERE LE PROPRIE COMPETENZE E MODALITÀ OPERATIVE, TRASFORMANDO IL NUOVO APPROCCIO AL CLIENTE IN RISULTATI E SVILUPPO



Luigi Viganotti, presidente di Acb

Segnali diversi prospettano un miglioramento dell'attività economica globale e qualcosa, se pur lentamente, sta cambiando.

Il contesto assicurativo sembra possa avere una moderata crescita, nonostante la difficile situazione mondiale. Nel 2014 molti sono stati i fattori determinanti che hanno cambiato radicalmente il nostro stile di vita. La complessa e problematica situazione economica e l'instabilità dei mercati finanziari ci hanno mostrato scenari inquietanti, che hanno inciso pesantemente sui risultati del mercato assicurativo.

Se volessimo valutare, oggi, quali sono state le maggiori richieste di prodotti e le loro motivazioni, dovremmo dividere le persone fisiche e le aziende in funzione delle proprie necessità, esigenze e stile di vita.

Nel mondo aziendale, potremmo dire che sono state mantenute le polizze a tutela del patrimonio, mentre si è verificato un calo delle richieste in merito ai contratti cosiddetti *optional*, per l'effetto di una diminuita disponibilità economica.

È aumentata, invece, la sensibilità per le polizze patrimoniali a copertura dei nuovi rischi, ovvero sui rischi ambientali e sui *cyber risk*.

L'indebolimento della capacità di spesa e di risparmio delle famiglie pesa in modo decisivo sulle scelte della vita quotidiana. La sensibilità verso il tema assicurativo si è spostata su argomenti più attuali, quali la polizza Rc auto e le polizze a scopo pensionistico, dove l'assicurazione costituisce ancora una parte considerevole della vita familiare.

Gli obiettivi del 2015, in un mercato sempre più globale e

competitivo, dovranno essere la trasparenza e la chiarezza verso gli utenti finali, ristabilendo così i rapporti di fiducia attraverso un'adeguata garanzia di tutela dei rischi. E per fare questo sarà necessario che il comparto assicurativo utilizzi una corretta informazione verso i consumatori, per garantire un equo rapporto di qualità e di prezzo di ogni singola proposta.

## INNOVAZIONE – UN NUOVO MODO DI LAVORARE

Gli spunti di riflessione sul totale cambiamento del mondo che ci circonda sono stati molti ma, tra questi, il più importante è quello di evitare *gap* generazionali.

L'inarrestabile evoluzione di internet e la rivoluzione del web, che ha permesso di diffondere a un numero sempre più consistente di persone una più ampia conoscenza e un incessante scambio di informazioni, ci ha portato alla predisposizione verso nuovi metodi di approccio verso l'utente finale.

## FORMAZIONE – CREARE CULTURA

Qualità, competenza e professionalità. Nuove normative sono state emanate per i docenti che erogano formazione e che contribuiscono a migliorare lo stato di consapevolezza e di conoscenza per tutti coloro che lavorano in ambito assicurativo.

Nondimeno è necessario un considerevole impegno per provvedere a rendere il consumatore informato, e quindi *formato*, per comprendere le peculiarità dei prodotti assicurativi che potrebbero aiutarlo a migliorare il suo stile di vita.

