

IL VALORE ECONOMICO DEL CITTADINO

Quale è il valore materiale che in media una famiglia italiana rischierebbe di perdere se, per varie ragioni, venisse a mancare la capacità reddituale di uno dei suoi componenti? L'Istat, in un'indagine dello scorso anno riferita al 2008, indicava in 342mila euro il capitale umano di ciascun cittadino.

La crisi degli ultimi anni ci restituirebbe certamente una cifra meno incoraggiante ma, anche se dal 2008 a oggi tutto ci sembra diverso, altri dati contribuiscono a rafforzare l'attuale fiducia degli italiani per il futuro.

Sempre l'Istat ci conferma che siamo ai livelli pre-crisi, con un ottimismo dei consumatori che non si vedeva dal 2002, in particolare verso il clima economico generale e nelle attese della situazione economica della famiglia.

L'indagine 2015 del Centro Einaudi, inoltre, sottolinea che la ripresa del clima di fiducia trasformerà il risparmio nel principale bacino da cui le famiglie attingeranno per fare investimenti rimandati da tempo, come l'acquisto dell'auto, la ristrutturazione della casa e altro ancora. Anche le polizze assicurative rientrano, secondo lo studio, nel raggio di interesse degli italiani: il 30,7% sarebbe interessato alle Ltc, il 30,6% alle polizze malattia, il 29,7% a polizze infortuni e il 24,1% a polizze vita.

Il filo che unisce il capitale umano da tutelare, la capacità e la volontà di risparmio della popolazione è, ovviamente, legato a stretto giro al mondo dei rischi, alle probabilità di sinistro, alla ricerca di sicurezza. In quest'ottica le prospettive di sviluppo per il settore sembrano innegabili.

Anche se il periodo che le assicurazioni dovranno affrontare presenta molte difficoltà, tra cui i cambiamenti introdotti dall'avvio di Solvency II a gennaio 2016, i fattori di redditività condizionati dalla caduta del prezzo medio nell'Rc auto e, nel vita, dal perdurante scenario di bassi tassi di interesse, con la relativa transizione a prodotti unit linked.

Ma la ricetta per la crescita sembra ormai nota a tutti e passa attraverso l'innovazione, la capacità di elevare le sfide tecnologiche, la digitalizzazione e la revisione dei modelli di business. Un refrain che, a livello trasversale, dovrebbe essere applicato a tutti i settori dell'economia muovendosi su un requisito centrale: il rilancio della domanda.

E qui torniamo al valore economico non solo del cittadino ma anche delle aziende. In un Paese sottoassicurato e sottoposto a minacce di cui lo Stato non può più farsi garante, è oggi fondamentale per le compagnie di assicurazione e per i canali distributivi, intermediari in primis, individuare il valore economico da tutelare, i rischi che corre, le soluzioni da offrire.

L'Rc auto continuerà a essere probabilmente ancora per molto tempo la colonna portante del rapporto con i consumatori (e la principale attività del canale agenziale, che continua a contribuire per gran parte della raccolta premi del settore). Ma oggi serve guardare a quanti ancora non sono tutelati in caso di infortuni, incendi, catastrofi naturali, non autosufficienza e previdenza.

L'esempio di Milano, che con la chiusura di Expo 2015 sembra essere rinata ponendosi come modello vincente per tutto il Paese, ci racconta che tutto è possibile e che siamo di fronte a un mondo che si sta muovendo alla ricerca di novità, qualità, creatività e sicurezze.

In queste nuove prospettive il settore assicurativo può e deve inserirsi per dimostrare non solo la sua tenuta anche in epoche di turbolenza, ma soprattutto la sua capacità di contribuire allo sviluppo, agli investimenti e alla tranquillità di cittadini e mondo imprenditoriale.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it