

Alle imprese l'8,5% degli investimenti - Rossi (Ivass): la tecnologia è un'opportunità

Assicurazioni: Pmi e welfare per battere i tassi sottozero

Farina (Ania): compagnie ponte tra famiglie e aziende

■ Nell'era dei tassi di interesse negativi le compagnie assicurative sono alla ricerca di rendimenti più ricchi. Perciò guardano agli investimenti in Pmi (oggi solo all'8,5%) ma anche all'offerta di servizi

nel welfare, per intercettare nuovi ricavi. L'obiettivo è fare delle compagnie «un ponte tra famiglie e imprese» ha detto la presidente dell'Ania, Farina. ► pagina 3

Assicurazioni, focus su Pmi e welfare

A caccia di rendimenti su asset class diverse - Farina (Ania): compagnie ponte tra famiglie e imprese

Forza patrimoniale

Ania: settore «in buona salute con un indice di solvibilità al 230%»

Ruolo nel Paese

Il comparto attira il 15,5% del risparmio delle famiglie italiane, circa 650 miliardi

LO SCENARIO

Oggi l'8,5% dei 740 miliardi di investimenti del settore assicurativo è destinato a infrastrutture, Pmi e start up

LA TRASFORMAZIONE

Candia: «Lo scenario ci spinge a diversificare gli investimenti» - Santoliquido: bene i «nuovi servizi ma su un core business solido»

Laura Galvagni

■ Le compagnie assicurative come «un ponte tra il risparmio delle famiglie e il sostegno all'economia reale». È così che il presidente dell'Ania, Maria Bianca Farina, ha interpretato, intervenendo al 19° Annual Assicurazioni iniziato ieri a Milano, il ruolo che il settore dovrà giocare nei prossimi anni per favorire la crescita del paese attraverso il sostegno all'impresa. «Possiamo e dobbiamo fare di più», ha sottolineato il numero uno dell'associazione degli assicuratori.

A oggi, stando ai dati più recenti, il comparto ha una capacità di investimento di 740 miliardi, circa il 40% del pil italiano, e di questo più o meno l'8,5% viene veicolato su infrastrutture, Pmi e start up. La cifra, poco più di 60 miliardi, è importante ma potrebbe essere ancora più rotonda. Ed è proprio questo l'auspicio del presidente Farina. Complice, peraltro, un quadro generale dove le compagnie,

stante la persistente dinamica dei tassi bassi, sono comunque alla ricerca di investimenti che offrano rendimenti. Perché ciò avvenga, ovviamente, deve esserci un quadro normativo favorevole. E in merito, il presidente Farina, non ha mancato di sottolineare che impegnarsi nelle infrastrutture alle volte porta a un forte assorbimento di capitale, pari in alcuni casi a quanto investito. Di qui la richiesta di una regolamentazione che non freni le ambizioni delle assicurazioni. L'esperienza dell'Aim, per esempio, per ora è stata positiva. Anche se l'attenzione deve essere alta: «Ci sono 87 aziende quotate e di queste il 75% nell'ultimo periodo ha incrementato le quotazioni del 57%». Un balzo notevole che richiama per forza alla cautela. Ecco perché la speranza è che possa essere «ampliato lo spettro degli asset» a disposizione.

Tanto più ora che, come detto, le società sono a caccia di rendimenti. «Lo scenario ci

spinge a investire in asset class diverse», ha sottolineato il country ceo di Zurich Italia, Camillo Candia. Al punto che sta tornando la passione per il mattone. All'interno di questo scenario si sta compiendo, tra l'altro, una sorta di rivoluzione copernicana del modello di business delle compagnie. L'evoluzione tecnologica così come il freno alla crescita dei premi ma anche un nuovo approccio al cliente, sta portando le società a rivalutare il proprio ruolo cercando di spostare o quantomeno affiancare all'attività delle polizze tradizionali una forte componente di servi-



zio. «L'offerta deve essere più protonda» ha sottolineato l'amministratore delegato di Generali Italia, Marco Sesana. E questo anche per intercettare una fonte nuova di ricavi, quale può essere quella del mondo del Welfare. A livello di pensioni integrative solo 8 milioni di italiani si sono già attrezzati per affrontare il proprio futuro pensionistico. Poco, ma certamente di più di chi si è dotato fino ad oggi di una copertura sanitaria integrativa. Solo il 2% delle prestazioni oggi viene intermediato dalle compagnie e questo sebbene il servizio sanitario nazionale ormai riesca a far fronte al 75% delle richieste contro il 90% di dieci anni fa. Il gap da colmare dunque è enorme. Per questo, come ha spiegato Maurizio Cappiello, direttore generale Poste Vita e amministratore delegato Poste Assicura, «si dovrà passare da prodotti pre-confezionati a una sorta di libreria delle garanzie», che evidentemente risponda alle esigenze specifiche del cliente. Perché, come ha aggiunto Leonardo Felician,

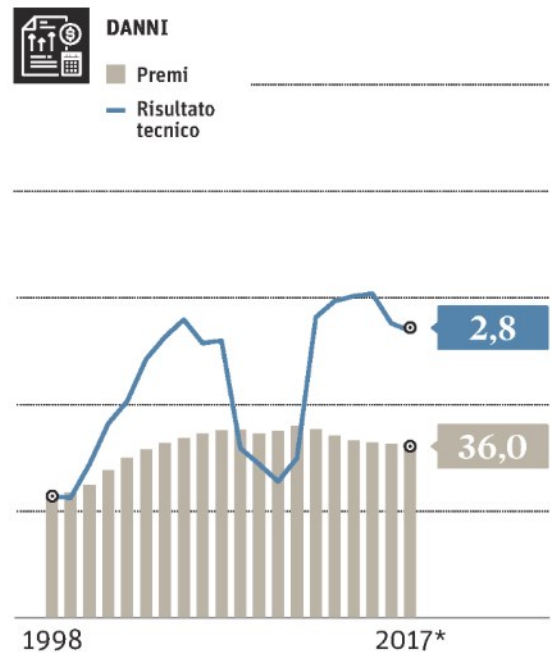
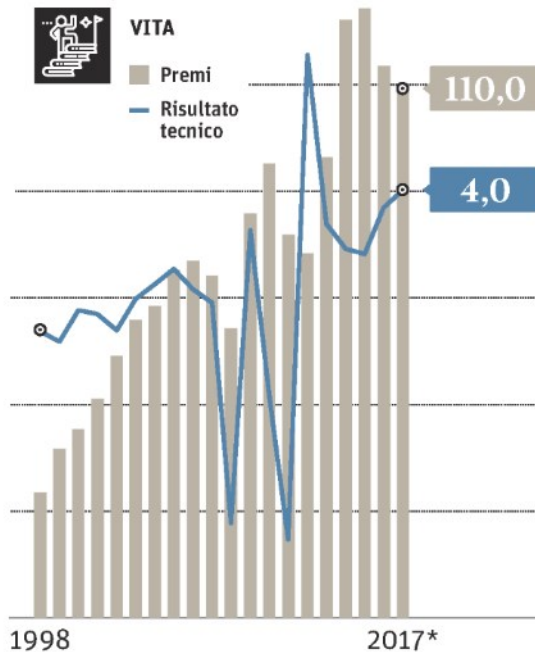
amministratore delegato di Genialloyd, va comunque sempre tenuto conto dell'interlocutore: «I servizi devono essere rilevanti» per il sottoscrittore, per questo è cruciale «una corretta segmentazione del mercato». In merito, ha spiegato Enrico San Pietro, co-direttore generale di UnipolSai, è fondamentale la «tecnologia, poiché impatta su tutta la catena del valore associata al cliente, dal pricing alla procedura liquidativa». Utilizzare al meglio i big data, dunque, come ha sottolineato anche Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua, è un tassello cruciale: «non foss'altro perché ormai Amazon ha già cambiato i comportamenti dei clienti».

Detto ciò, «il discorso dei servizi è valido se innestato su un core business solido», ha chiosato Alessandro Santoliquido, amministratore delegato e direttore generale Amissima. Quel che è sicuro è che la diversificazione delle fonti di ricavo con la nuova frontiera del Welfare è già una realtà nel mondo assicurativo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Raccolta premi e redditività

In Italia si cresce, ma un po' con il freno a mano e con volatilità. In miliardi di euro



* Stime

Fonte: BCG su elaborazione dati Ania, include premi cross border



Il settore a confronto. I lavori della prima giornata dell'Annual Assicurazioni del Sole 24 Ore