

Dir. Resp.: Mario Calabresi

(IL PERSONAGGIO)

Farina Lady Poste una polizza per la crescita

Adriano Bonafede a pagina 6

Farina, la signora delle polizze punta al risparmio degli italiani

UNA VITA CARATTERIZZATA DAL LOW PROFILE, MA ADESSO È PRESIDENTE DELL'ANIA, L'ASSOCIAZIONE DELLE ASSICURAZIONI, AD DI POSTE VITA E HA IL COMPITO DI RILANCIARE PER CONTO DI CAIO IL NUOVO COMPARTO DELL'ASSET MANAGEMENT

Adriano Bonafede

Roma
Bianca Maria Farina, ovvero la possibilità di essere normale: «Sono sempre stata scelta perché facevo seriamente il mio lavoro». Non c'è miglior presentazione se non quella che lei stessa dà spesso agli amici per spiegare i suoi successi manageriali. Che non sono pochi. Prima direttore generale e poi amministratore delegato di Poste Vita dal 2004, membro dell'autorità antiriciclaggio del Vaticano dal 2014 (scelta da Papa Francesco in persona), da dicembre

2015 è anche diventata - prima donna - presidente dell'Ania, la potente associazione delle compagnie di assicurazione, prendendo il posto di Alberto Minucci. E, cosa ancor più sorprendente, dall'inizio del 2016 ha avuto dall'amministratore delegato di Poste, Francesco Caio, una nuova importante mission: convincere gli italiani ad affidare alle Poste, entro il 2020, altri 70 miliardi di risparmio da gestire oltre ai classici prodotti postali e alle polizze vita che già fanno parte del pacchetto venduto negli sportelli postali.

La società pubblica, infatti, si candida a entrare con più forza nel mondo del risparmio gestito, uno dei pochi settori della finanza che in questi anni ha avuto crescita esponenziale. La sfida, ormai diretta, è ai big del credito e delle assicurazioni: Fideuram (Intesa), Fineco (Unicredit), Banca Generali, Mediolanum, Azimut, i campioni della raccolta. I bassissimi, quasi nulli, tassi d'interesse stanno facendo spostare sempre di più il risparmio

verso i fondi d'investimento e altri prodotti simili, alla ricerca di un rendimento non figurativo. Poste vuol essere della partita, e non è un caso che Caio abbia acquistato lo scorso anno il 10,3 per cento di Anima, la rete indipendente di produzione di fondi. Non si può escludere a priori che l'ad di Poste punti a far crescere questa partecipazione fino a lanciare un'opa ma intanto con la società di gestione del risparmio interna, BancoPosta Fondi sgr, vuol giocare subito la partita.

Il ruolo di Farina sarà molto delicato: dovrà far transitare le Poste,



nell'asset management, dal mondo dei progetti disegnati a tavolino a quello della realtà. Finora dove si è applicata è sempre riuscita.

La vita professionale di Farina comincia molto tempo fa. Entrata nell'ex compagnia pubblica Ina nel lontano 1963, a soli 22 anni con una laurea in Economia presa con lode, la manager ha attraversato indenne nel corso della sua vita professionale la Prima, la Seconda e forse presto anche la Terza Repubblica. Con un solo strumento, applicarsi e far bene il proprio lavoro. Poche parole e molti fatti. Una persona, e una manager, che ha fatto dell'understatement e del low profile il proprio credo. Non frequenta il bel mondo dei salotti né quello della politica né quello dei talk show televisivi. Non esterna dichiarazioni a destra e a manca, è gelosa della propria privacy. Ma produce - a volte sorprendentemente, come vedremo più avanti - risultati concreti: un bell'esempio per tutto il mondo del management e per la nomenclatura pubblica, ma poco seguito per la verità.

Lo avevano capito bene quelli di Generali quando la scoprirono nel 1996 acquisendo l'Ina. Farina era uno dei tanti (sicuramente troppi) manager di quella compagnia pubblica che all'epoca era un feudo della Dc andreottiana, a cominciare dal direttore generale Mario Fornari. Farina, che in Ina aveva fatto carriera fino a diventare direttore centrale amministrazione e fisco, al tempo era, come gli altri manager, in apprensione per sapere se Generali l'avrebbe tenuta o licenziata. Fu riconfermata e nel giro di un anno divenne vice direttore generale per la finanza della stessa compagnia.

Il primo vero snodo della sua vita professionale è stato proprio questo passaggio dalla vecchia Ina al gruppo Generali. Trascorre soltanto un anno e si trova di fronte al secondo snodo, la proposta di passare come direttore generale a Poste Vita, che allora era soltanto ai primi passi. La scelta era difficile: restare nel primo gruppo assicurativo italiano e fra i primi tre in Europa o accettare la sfida di quella che allora era una media compagnia? Farina non ci pensa molto e fa il grande salto.

Sotto la sua guida, Poste Vita cresce a ritmi forsennati e in un'e-

poca di grandi fusioni (Generali-Ina, Unipol-Fondiaria, Allianz-Ras-Lloyd Adriatico) riesce lo stesso a scalare le classifiche. Oggi, con 16 miliardi di raccolta, la compagnia è al secondo posto fra le imprese vita ma è prima assoluta con il 13,5 per cento del totale nel segmento più tradizionale, il ramo I, quello con polizze che offrono un rendimento basso ma garantito.

Si dirà che non è difficile far crescere una compagnia quando si può disporre di oltre 13 mila sportelli disseminati sul territorio. Il punto è che, come la stessa Farina racconta, quando entrò in Poste era perplessa perché temeva di essere approdata in una specie di... ministero. Il segreto del successo è da una parte aver saputo motivare i dipendenti, dall'altro aver creato prodotti semplici, efficaci, destinati all'italiano medio.

«La rete delle Poste non è altamente sofisticata come quella dei promotori finanziari - spiega - ma ha l'importante qualità di saper parlare lo stesso linguaggio dei clienti e di essere mossa dall'obiettivo di ottenere il meglio per loro. Tra clienti e Poste c'è un profondo rapporto di fiducia. I dipendenti dell'azienda sono stati una bella sorpresa per me, questo è un bel posto dove lavorare». Anche i dipendenti pubblici, se ben motivati e indirizzati, possono dare il meglio di sé, questa è la prima lezione di Farina.

L'altra lezione è l'aver saputo creare prodotti semplici, senza fronzoli, con prezzi competitivi e che danno quel che promettono. Anche qui una sfida vinta ma non in partenza, se è vero che ciò che si rimprovera spesso alle compagnie è di vendere polizze oscure e incomprensibili, disseminate di trucchi e trabocchetti.

Il nuovo cimento di **Bianca Maria Farina** - prima della scadenza naturale del suo mandato nell'aprile del 2017 - è quello di rilanciare l'asset management del gruppo Poste, ovvero della raccolta del risparmio tramite fondi d'investimento e altri prodotti simili. Anche qui serviranno le doti tipiche di Farina: la prudenza, perché bisogna stare attenti a non cannibalizzare i prodotti già venduti per conto della Cassa depositi e prestiti; la capacità realizzativa, perché i clienti hanno biso-

gno di prodotti semplici e poco rischiosi, in linea con il profilo aziendale di Poste.

Le sfide di Farina non sono finite qui. Come presidente dell'Ania, ha un grosso scoglio davanti a sé: prima di tutto dovrà cercare di rimuovere le cause che hanno condotto gruppi importanti come Unipol e Intesa a lasciare l'associazione delle assicurazioni, indebolendola. Ma il tema più rilevante è come far uscire le compagnie dall'angolo in cui sono state sempre relegate a causa delle polemiche sull'Rc auto, in una linea politica sempre difensiva. «Dobbiamo far comprendere meglio agli italiani il valore delle assicurazioni. Oggi tutti pensano alle compagnie come a una controparte soltanto nel caso di incidenti Rc auto», dice **Maria Bianca Farina**. «Ma una recente ricerca dice che il 70 per cento delle famiglie risparmia per far fronte agli imprevisti della vita e alla vecchiaia. Questo, però, si può fare meglio e a minori costi con le polizze di protezione. Viviamo molto più di prima ma non sempre la vecchiaia è serena».

La mission di Farina quale presidente dell'Ania è di riuscire a creare un nuovo rapporto di fiducia, quasi di partnership, anche con il governo, su tutti i temi della protezione dei cittadini. «Dobbiamo affiancare lo Stato per dare il nostro contributo sui problemi della sanità, della previdenza, della perdita del lavoro, della casa (penso alle polizze contro le catastrofi naturali, ad esempio): Lo Stato è già il più grande assicuratore, perché ripartisce i rischi fra tutta la popolazione, ma i fondi pubblici non bastano più».

Non ci sono ancora proposte concrete, che scaturiranno soltanto dai gruppi di lavoro che saranno creati in Ania insieme ai rappresentanti delle compagnie, ma le linee guida sono queste. Anche qui Farina è fedele alle sue idee: «Prima faccio, poi parlo». E guarda oltre: «Mi appassiono alle cose in cui m'impegno, mi piace innovare e guardare avanti, capire quello che ci sarà dopo, precorrere il mercato».

Una bella lezione per i giovani da una persona nata nel lontano 1941.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Qui sopra, **Bianca Maria Farina**, presidente dell'Ania e di Poste Vita, vista da **Dariusz Radpour**