

## L'Italia è un Paese sottoassicurato

*Maria Bianca Farina (Presidente ANIA): "Gap assicurativo crea vulnerabilità per famiglie e imprese. Solo il 2% delle abitazioni coperto contro le catastrofi. Il mercato sta cambiando: assicuratori sempre più consulenti del benessere"*



Roma, 21 giugno 2018 - "Siamo un Paese sottoassicurato e questa è una vulnerabilità dell'Italia, delle famiglie e delle imprese. Alcuni Paesi hanno risolto il problema obbligando i cittadini ad assicurarsi ma io vedo questa soluzione come ultima spiaggia, piuttosto, il cliente dovrebbe capire il valore del servizio e scegliere liberamente".

E' quanto ha dichiarato ieri la presidente di ANIA, Maria Bianca Farina, a Torino durante il convegno di Intesa Sanpaolo "Obiettivo protezione - le nuove prospettive dell'assicurazione".

"Le piccole e medie imprese - ha aggiunto Farina - sono molto sottoprotette, così come le abitazioni italiane. Il 78% delle case in Italia è esposto ad un rischio medio-alto, anche a causa dei cambiamenti climatici, ma solo il 2% è assicurato. Ogni anno riparare i danni ci costa 3 miliardi. Occorrerebbe una gestione ex ante del rischio".

"Più in generale - ha proseguito la presidente dell'ANIA - prima c'era un welfare molto presente, oggi non ci si rende conto che le finanze pubbliche non possono espandersi anche se i bisogni crescono. Stanno cambiando i rischi come nel caso dell'assicurazione auto dove sta mutando il paradigma della mobilità. Poi ci sono rischi che restano gli stessi ma si stanno ingigantendo in termini di ampiezza. C'è infine un cambiamento nelle attitudini di scelta, acquisto, fruizione di servizi da parte del cliente".

"Di fronte a queste evoluzioni - ha concluso la presidente dell'ANIA - l'industria assicurativa sta cambiando pelle e modelli di business, sta mutando l'offerta di prodotti e servizi e sta usando la tecnologia a supporto dell'offerta. Pensiamo alla domotica nella casa, alla telematica nell'auto, alla telemedicina nelle coperture della salute. L'industria sta usando i big data per meglio personalizzare una copertura o per meglio prezzare un prodotto e sta facendo un cambiamento radicale: l'assicuratore oggi è veramente un consulente del benessere della famiglia".