

IL PRIVATE INSURANCE PRENDE QUOTA

Una soluzione flessibile adatta a famiglie che dispongono di grandi patrimoni e con un significativo potenziale di crescita ancora inespresso: solo il 15% delle banche e delle reti la tiene a catalogo

di Nicola Ronchetti [*]

In tema di sensibilizzazione dell'opinione pubblica circa l'importanza di proteggere sé stessi, i propri cari, i propri beni e pensare al proprio futuro, ha fatto di più la pandemia e i 100 giorni in cui l'Italia si è fermata che decenni di comunicazione e di attività di marketing delle compagnie assicurative.

Qualche dato aiuta a inquadrare il tema. A maggio il 27% degli italiani dichiara che intende contattare un assicuratore nei prossimi giorni (era il 12% a gennaio).

A gennaio 2020 solo il 10% degli italiani si dichiarava interessato a sottoscrivere un'assicurazione a tutela e a protezione della propria salute, a maggio 2020 questo dato è cresciuto e ha raggiunto il 34% (Fonte: *Finer Finance Mirror 2020*, Base: 5.200 individui rappresentativi della popolazione italiana adulta, rilevazione maggio 2020).

Si tratta di un desiderio trasversale ai differenti segmenti di clienti. I clienti private, Hnwi, Uhnwi sono ancora più attenti ai temi della protezione: l'85% di costoro ha una polizza vita, il 92% ha assicurato i propri immobili dal rischio furto, incendio e scoppio. Anche quando parliamo di investimenti la parola protezione sembra divenuta un mantra. La crescita dei veicoli assicurativi (unit linked), delle gestioni separate e delle polizze multi-ramo (che abbinano polizze di ramo I e di ramo III ndr) sta trainando la crescita del risparmio gestito.

Parlando di individui altamente patrimonializzati, entra poi in ballo anche uno strumento particolarmente apprezzato da chi lo conosce e lo usa: il contratto di private insurance, attraverso il quale si può trasferire il proprio patrimonio nella sua interezza, tramite un fondo interno dedicato, a una compagnia di assicurazione. Si tratta di uno strumento dalle enormi potenzialità ancora inespresso, che sconta infatti una scarsa, seppur in crescita, conoscenza da parte degli addetti ai lavori (private banker, consulenti finanziari e agenti assicurativi): il 52% di costoro sa esattamente di cosa si tratti (era il 45% a marzo 2018), ma solo due professionisti su dieci (era uno su dieci nel 2018) hanno proposto questo tipo di

soluzione ai propri clienti (fonti: *Finer CF, PB, Insurance Explorer*). La crescita in termini di conoscenza e l'aumento dell'offerta rispetto a due anni fa è un segnale più che incoraggiante, tuttavia resta ancora molto da fare. Solo cinque tra le 34 banche e reti private contattate da Finer (pari a meno del 15% del campione) hanno a catalogo questo prodotto in modo da soddisfare appieno i propri professionisti e di conseguenza i loro clienti.

Il private insurance è la soluzione per un ampio raggio di problematiche inerenti alla gestione del patrimonio dei paperoni, combinando i servizi di private banking con i vantaggi giuridici e fiscali di un contratto di assicurazione sulla vita.

Due sono le barriere che impediscono al nostro paese di maturare dal punto di vista economico: 1) una cultura finanziaria molto arretrata, che tra l'altro ci lega ancora tantissimo all'utilizzo del contante, con tutti i rischi connessi; 2) una pressoché inesistente propensione a proteggersi cioè ad assicurarsi e ad assicurare i propri beni.

Oggi l'attenzione degli italiani sulla protezione è massima e genera una domanda spontanea che va capitalizzata. Sappiamo bene che il mercato della protezione e delle assicurazioni è vincolato da due elementi: a) è un mercato guidato dall'offerta; b) soffre ancora di un problema reputazionale legato al momento della verità, quando - per scarsa conoscenza e attenzione al momento della sottoscrizione della polizza - si scopre che a fronte di premi pagati regolarmente la liquidazione del sinistro può diventare un incubo. È evidente che un'offerta consapevole parte dal presupposto che dare ai clienti quello che chiedono è relativamente semplice, proporre loro quello di cui hanno bisogno è tutt'altra cosa.

Le compagnie assicurative, gli agenti e i sub-agenti, hanno oggi un ruolo determinante nel contribuire alla crescita del settore, sensibilizzando i loro clienti sull'importanza di proteggersi. Se sapranno cavalcare l'onda rafforzeranno il loro ruolo, viceversa ci penseranno le banche e le reti dei consulenti finanziari.

(*) Fondatore e ceo di *Finer Finance Explorer*