

Argomento: AIPB: Si parla di Noi

# Educare alla protezione grazie a soluzioni più personalizzate

**Assicurazioni.** Per i clienti con grandi patrimoni è importante l'efficienza post vendita nella gestione dei sinistri ma anche che la compagnia possa operare a livello internazionale e coprire bisogni di nicchia

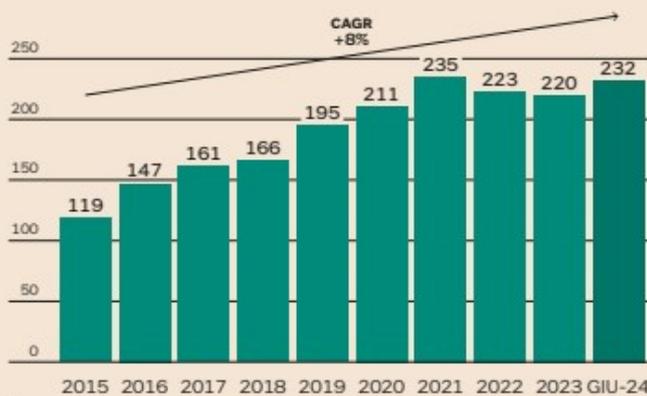
Pagina a cura di  
**Federica Pezzatti**

Con l'aspettativa di vita ormai vicina agli 84 anni, e in costante aumento, gli italiani restano più a lungo attivi, ma aumentano anche i rischi legati alla non autosufficienza, a malattie gravi, all'invalidità e alla necessità di diagnostica specialistica. Non solo ma a causa del calo demografico e dell'aumento delle famiglie mononucleari entro il 2042, oltre 10 milioni di persone affronteranno la vecchiaia senza una rete familiare di supporto.

Questi dati statistici rendono sempre più urgenti scelte tempestive e consapevoli in tema di protezione personale, anche per i clienti facoltosi. Eppure, solo il 5% delle famiglie italiane e il 6% delle aziende sono assicurati adeguatamente contro i grandi rischi, rileva uno studio promosso da Aipb condotto con Prometeia. «Dai dati Aipb, emerge che solo il 20% dei clienti private ritiene di aver soddisfatto i propri bisogni di protezione - ricorda Alessandro Scarfò, ad e dg di Intesa Sanpaolo Assicura -. La gamma di prodotti assicurativi oggi già esiste e ha ampi margini di personalizzazione. Il problema è culturale: bisogna partire da chi è credibile verso il cliente, cioè l'interlocutore di fiducia». Insomma il consulente finanziario ha un ruolo molto importante nel fare emergere il bisogno di protezione spesso

## Il peso delle polizze

Le soluzioni assicurative valgono il 20% del pf Private. In miliardi di euro



Fonte: Aipb "Analisi del mercato servito dal Private Banking in Italia", dati al 30-06-2024

non così percepito come la necessità di investire i propri capitali.

«Il rapporto di fiducia tra il private banker e il suo cliente rappresenta un'opportunità per introdurre discorsi legati alla protezione assicurativa - sottolinea Fabrizio Greco, vicepresidente Aipb e ceo Bper Banca Private Cesare Ponti e chief private e wealth management di Bper -. Il private banker incontra i clienti mediamente 14 volte l'anno, creando numerose occasioni per educarli su questi temi». Ma come mai il discorso assicurativo finora è rimasto in mano ai broker

specializzati? «È importante - spiega - sviluppare una tassonomia comune che permetta di categorizzare i rischi, consentendo ai consulenti, a cui vanno affiancati specialisti assicurativi, di identificare le aree in cui i clienti sono scoperti e indirizzarli verso soluzioni assicurative adatte».

Per questo è necessario ricevere formazione continua. «La tecnologia avrà un ruolo determinante nel supportare l'analisi delle esigenze di protezione dei clienti, automatizzando una parte dei processi e rendendo più semplice l'identificazione dei rischi e

delle soluzioni adeguate», fa notare Francesco Rossi, responsabile private banking Banca Mps.

«La personalizzazione dei prodotti assicurativi per i clienti private è essenziale - gli fa eco Giovanna Gigliotti, Ceo di UniSalute -. Franchigie e convenzioni di alto standing sono elementi chiave per rispondere alle specifiche esigenze di questa clientela. Le soluzioni assicurative devono inoltre includere servizi come il care management, offrendo un supporto continuo nelle fasi più delicate della vita dei clienti».

Per Massimo Monacelli, general manager Generali Italia per questo target di clienti è fondamentale anche l'efficienza post-vendita. «In particolare nella gestione dei sinistri, elemento cruciale per mantenere una solida relazione con il cliente - spiega Monacelli -. Inoltre la mappa delle competenze richieste quando si affronta il tema della protezione è complessa: da una parte, è necessaria una compagnia in grado di coprire i grandi rischi, operare a livello internazionale e offrire specializzazioni tecniche per rispondere a bisogni di nicchia. Dall'altra parte, chi si interfaccia direttamente con il cliente deve possedere competenze professionali per spiegare soluzioni complesse, che vanno ben oltre il lessico assicurativo di base utilizzato per polizze comuni come quelle per auto, casa o piccoli infortuni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA