

PRIMO PIANO

Welfare, servono le riforme

“Il tema del finanziamento di prestazioni aggiuntive di welfare può essere più efficientemente affrontato nell’ambito di una più stretta integrazione tra sicurezza sociale garantita dallo Stato e forme di previdenza e assistenza promosse da soggetti privati, come le assicurazioni”.

A dirlo è Maria Bianca Farina, presidente di Ania, in occasione dell’audizione presso la decima commissione del Senato nell’ambito dell’indagine sulle forme integrative di previdenza e di assistenza sanitaria. Come per la previdenza complementare, Ania chiede un testo unico in cui si definisca “un campo di gioco uniforme”, dove gli strumenti integrativi possano operare superando le attuali disparità e garantendo equità di trattamento degli assistiti: regole comuni sulla trasparenza e l’affidabilità tra fondi e piani sanitari di tipo assicurativo, forme negoziali e aperte, collettive e individuali. Per potenziare il pilastro integrativo, Farina propone di “armonizzare il trattamento fiscale tra le forme integrative e per tutti i lavoratori [...]; abilitare e incentivare l’offerta di polizze assicurative poliennali [...]; favorire l’erogazione di prestazioni private negli ospedali pubblici, anche in convenzionamento con le forme sanitarie integrative”.

Un approfondimento sulle proposte di Ania sarà pubblicato domani su Insurance Daily.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Vittoria, ecco la nuova edizione di “Assicuriamo – Insieme”

È stato presentato ieri, nel corso di una conferenza stampa, il bando solidale da 150mila euro che si propone di sostenere iniziative particolarmente meritevoli nell’ambito della prevenzione delle malattie femminili e della lotta alla violenza di genere. Agenti, subagenti, impiegati di agenzia e dipendenti della compagnia sono pienamente coinvolti nella ricerca e nella candidatura dei progetti su tutto il territorio nazionale

Vittoria Assicurazioni rinnova il proprio impegno sociale con la nuova edizione di *Assicuriamo – Insieme*. L’iniziativa, promossa sulla scia del precedente bando solidale e dell’esperienza di *Grazie 100 – Un aiuto a chi ha bisogno*, vedrà la compagnia nuovamente al fianco di **Fondazione Specchio d’Italia** e **Fondazione Carlo Acutis** nel sostegno a progetti che su tutto il territorio nazionale si focalizzano sulla prevenzione delle malattie femminili e sulla lotta contro la violenza di genere. Fino al prossimo 28 febbraio agenti, subagenti, impiegati di agenzia e, novità di quest’anno, anche dipendenti della compagnia avranno così la possibilità di selezionare e candidare ufficialmente progetti solidali locali particolarmente meritevoli. L’iniziativa mette a disposizione un fondo complessivo di 150mila euro, in aumento rispetto ai 100mila euro delle precedenti edizioni. I progetti selezionati saranno annunciati entro il prossimo 22 marzo.

“Le malattie oncologiche e il contrasto alla violenza di genere sono battaglie che non andrebbero mai combattute da sole, e noi di Vittoria, nel nostro piccolo, siamo veramente orgogliosi di poter essere vicini a queste donne, di sostenerle e di lottare insieme a loro per la libertà, qualsiasi forma abbia”, ha commentato **Cesare Caldarelli**, ceo di Vittoria Assicurazioni, nel corso della conferenza stampa di presentazione dell’iniziativa che si è svolta ieri presso la sede della compagnia, a Milano.

UN IMPEGNO MAGGIORE

L’iniziativa si inserisce in una più lunga serie di progetti lanciati negli ultimi anni da Vittoria Assicurazioni per promuovere l’inclusione sociale e il sostegno alle donne. La scorsa estate, come è stato ricordato nel corso della conferenza stampa, la compagnia ha per esempio promosso l’iniziativa *Vittoria for Women Tour*, un viaggio itinerante che, nell’ambito della partnership con la **Federazione Italiana Rugby** (Fir), ha seguito le tappe del trofeo italiano di beach rugby per sensibilizzare la popolazione sulla prevenzione oncologica femminile e offrire visite senologiche gratuite.

“C’è bisogno di un impegno maggiore, anche dal punto di vista educativo e culturale, per mettere davvero le donne nelle condizioni di esprimere tutto il proprio potenziale a livello sociale e lavorativo”, ha osservato Caldarelli. “Come compagnia e come mercato – ha proseguito – abbiamo fatto molto negli ultimi anni, ho visto progressi enormi da quando sono entrato in questo settore, però credo che sia arrivato il momento di uno sforzo ulteriore che possa contribuire anche a rimarcare il ruolo sociale che noi, professionisti della protezione, possiamo ricoprire”. Il contributo maggiore, secondo Caldarelli, potrà arrivare in termini di competenze e risorse. “Anche in un momento difficile dal punto di vista economico, posso assicurare che nei prossimi anni non mancherà il nostro impegno in questo ambito e che anzi – ha concluso – faremo di tutto per incrementarlo ulteriormente”. (continua a pag. 2)



Cesare Caldarelli, ceo di Vittoria Assicurazioni

(continua da pag. 1)

UNA FILANTROPIA DI PRECISIONE

La parola è quindi passata a **Lodovico Passerin d'Entrèves**, presidente della Fondazione Specchio d'Italia. "L'importante collaborazione con Vittoria Assicurazione e Fondazione Carlo Acutis si è consolidata in questi anni, grazie allo sviluppo dei bandi *Grazie 100 - Un aiuto a chi ha bisogno* e la prima edizione di *AssiCuriamo - Insieme*", ha commentato. "Questo legame, guidato dai valori della solidarietà e dall'attenzione al benessere delle donne, si concretizzerà anche quest'anno in tutta Italia – ha aggiunto – grazie ai dipendenti di compagnia, agenti, subagenti e impiegati delle agenzie di Vittoria Assicurazioni".

Il presidente della fondazione si è quindi soffermato sulle prospettive di una filantropia che negli ultimi anni ha visto allargarsi in maniera considerevole la platea del bisogno. "In uno scenario che vede un sesto della popolazione costretto a far fronte a problemi economici, credo che sia arrivato il momento di riflettere su temi come la dignità della persona, la solitudine e la cittadinanza", ha commentato. "Il nostro obiettivo resta quello di garantire un aiuto immediato a chi ne ha bisogno e, per farlo, abbiamo bisogno di sviluppare una filantropia di precisione che possa consentirci di allocare al meglio le risorse che cittadini, imprese e istituzioni ci mettono generosamente a disposizione: è così – ha spiegato – che siamo riusciti a sostenere otto scuole e centinaia di imprese commerciali che sono state colpite dalla recente alluvione in Emilia-Romagna".

UN BILANCIO DEL BANDO 2023

La conferenza stampa ha fornito infine la cornice ideale per tracciare un bilancio dei risultati raggiunti con il bando solidale del 2023. "Abbiamo ricevuto 48 candidature da 40 diverse agenzie, per un totale di 28 province coinvolte: alla fine abbiamo selezionato nove progetti ed erogato complessivamente fondi per 106mila euro, qualcosa in più di quello che avevamo inizialmente messo in preventivo con il bando di partecipazione", ha illustrato **Luciano Chillemi**, responsabile della comunicazione istituzionale e del customer care di Vittoria Assicurazioni. "La nostra iniziativa – ha aggiunto – ha consentito di raggiungere un totale di 3.653 beneficiari, in deciso aumento rispetto alle 1.162 persone che erano state coinvolte nel precedente bando solidale *Grazie 100 - Un aiuto a chi ha bisogno*, lanciato in occasione del centenario della nostra compagnia".

Ed eccoli, allora, i progetti che si sono aggiudicati il bando del 2023. Tutti passati in rassegna in videoconferenza in quello che **Angelo Conti**, responsabile operativo di Fondazione Specchio d'Italia, ha definito "un giro d'Italia della solidarietà" nei territori che hanno potuto beneficiare dei programmi finanziati dall'iniziativa di Vittoria Assicurazioni: Capralba (Cremona), Firenze e Arezzo, Nebbiuno (Novara), Civitavecchia (Roma), Palermo, Nichelino (Torino), Padova, Granarolo dell'Emilia (Bologna) e Tortoli (Nuoro). Agenti e responsabili di progetto hanno così avuto la possibilità di illustrare alla platea della conferenza stampa le iniziative che sono riusciti a realizzare grazie ai fondi messi a disposizione dal bando solidale: visite di prevenzione, formazione sulla sana alimentazione, sostegno a donne oncologiche, gare sportive, arte partecipata, supporto a case rifugio e alle sue ospiti, azioni di contrasto alle forme di discriminazione nei confronti delle persone Lgbtqi+ e aiuto a donne vittime di tratta e sfruttamento. Tante iniziative per rimarcare il ruolo sociale dell'assicurazione e, soprattutto, offrire un contributo concreto a quell'altra metà del cielo che è ancora in attesa di sfondare il soffitto di cristallo.

Giacomo Corvi



Un momento della conferenza stampa



Risk Management sanitario in Italia

Indagine su strumenti e risorse
destinati alla sicurezza delle cure

SCARICA LO STUDIO

Conoscenza e consulenza finanziaria

Seppur in crescita, l'interesse per temi come risparmio e investimento in Italia resta particolarmente basso: ecco perché rimane fondamentale il ruolo dei consulenti per risvegliare i clienti da un torpore che, nell'attuale dinamica di mercato, può rivelarsi particolarmente pericoloso

L'ultima ricerca del **Censis**, intitolata in maniera quanto mai evocativa *Ciechi dinanzi ai presagi*, fotografa un'Italia che, pur saldamente ancorata alla ricchezza finanziaria delle proprie famiglie, 5000 miliardi di euro, necessita di una svolta. Sempre secondo l'indagine, si stimano quasi otto milioni di persone in età attiva in meno nel 2050, con inevitabili impatti sia sulla capacità di generare valore da parte del settore industriale e terziario, sia sulla tenuta del sistema di welfare: di questo, passo nel 2050 la spesa sanitaria pubblica potrebbe crescere del 35%.

Il centro studi rileva che "dinanzi ai cupi presagi, il dibattito pubblico ristagna, e la bonaccia di qualche indicatore congiunturale non è in grado di gonfiare le vele per prendere il largo. Il sonnambulismo come cifra delle reazioni collettive dinanzi ai presagi non è solo attribuibile alle classi dirigenti, ma è un fenomeno diffuso nella maggioranza silenziosa degli italiani".

Parole bandite dal dibattito

In effetti, protezione e previdenza complementare in Italia paiono parole bandite dal dibattito collettivo ancor più tra i giovani. Al 37,7% dei giovani italiani non interessa costruirsi un fondo pensione e il 23,1% dichiara di non avere familiarità con il tema, secondo un'indagine di **Banca d'Italia** svolta su un campione di oltre 5000 ragazzi e ragazze di età compresa tra 18 e 34 anni.



Nicola Ronchetti

Il tema è chi può destare da questo torpore le famiglie italiane e soprattutto, all'interno di esse, le nuove generazioni di ragazzi under 30. La consulenza finanziaria ha oggi la grande opportunità di colmare il gap presente tra l'interesse per la materia e l'effettiva conoscenza, rendendo il mondo degli investimenti meno complicato e più accessibile a fasce di popolazione sempre più ampie.

Un interesse in crescita, ma non abbastanza

Qualche dato confortante sul tema viene dall'Osservatorio Internazionale *Edufin*, realizzato da **Finer** per **Pictet Asset Management** e giunto alla terza edizione. L'interesse per la materia finanziaria è cresciuto del 10% dal 2021, arrivando quest'anno a vedere scomparire la categoria di quanti si dichiarano non interessati, mentre l'85% del campione lo è invece molto o abbastanza. Interesse che resta però in larga parte legato all'entità del patrimonio, raggiungendo il massimo per i clienti più patrimonializzati.

A livello internazionale i temi di risparmio e investimento sono sempre più centrali, in quanto ritenuti essenziali per realizzare i propri progetti di vita in tutti i paesi oggetto dello studio. L'interesse per i temi finanziari cresce ovunque rispetto al 2022, con Francia e Germania allineate all'Italia, Spagna in ritardo e Regno Unito sopra la media.

Il ruolo di educare il cliente

È fondamentale identificare a chi spetta il compito di educare: le istituzioni restano al primo posto in tutti i paesi, in particolar modo in Italia e Spagna, dove il 48% identifica Stato e regolatori come mandatarci principali. Unica eccezione il Regno Unito, dove il 30% lo ritiene compito dei consulenti finanziari.

Anche la scuola e l'università ricoprono tuttavia un ruolo di crescente importanza come luoghi di formazione finanziaria, mettendo in evidenza la necessità di sensibilizzare sempre più e sempre meglio le giovani generazioni. In Italia, l'introduzione di tematiche finanziarie nei programmi scolastici di educazione civica è stata favorevolmente accolta dal 49% del campione. Conoscenza e consulenza finanziaria di valore ci consentiranno di aprire gli occhi e di svegliarci da un pericoloso torpore.

Nicola Ronchetti,
founder e ceo di Finer

#110
dicembre 2023

INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

RIFORME PER

PERITI

14 ATTUA

lementare
cultura della
prezza

L'impegno
imprese per
sostenibilità
sostenibile

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 24 Gennaio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577