

# Verso un nuovo welfare

La recente riforma pensionistica ridimensionerà l'impegno dello Stato in ambito previdenziale e assegnerà un ruolo crescente al mercato. I mutamenti in atto richiedono un'espansione del welfare privato e il mondo assicurativo si interroga su come cogliere l'opportunità

La previdenza complementare è un mercato appetibile per le compagnie e per gli intermediari assicurativi? Questa è la domanda che si pongono gli operatori quando si affronta l'argomento del futuro del welfare. Una domanda resa più che mai pertinente dalle recenti modifiche che promettono di rivoluzionare la previdenza pubblica, affidando ai privati un ruolo di primo piano, e ribadita lo scorso 10-12 maggio in occasione della Giornata Nazionale della Previdenza. La risposta più immediata sembrerebbe di segno affermativo, perché la riforma Monti-Fornero ha prepotentemente attirato sul tema pensioni l'attenzione dell'opinione pubblica, che mai come oggi dovrebbe essere incline alle offerte di prodotti da parte del mercato. Come è noto, infatti, la riforma innalza l'età pensionabile e introduce per tutti il sistema contributivo, consolidando

di fatto una logica sempre più assicurativa e meno redistributiva, in cui la pensione dipende dall'entità, lunghezza e continuità dei versamenti contributivi, ma anche dalla crescita economica e dall'evoluzione demografica. Il nuovo sistema, che garantirà allo Stato risparmi consistenti (sugli 807 miliardi del bilancio nazionale, 410 sono destinati alla previdenza), pare destinato a enfatizzare l'importanza delle forme complementari e allo stesso tempo incoraggia la creazione di prodotti assicurativi per coprire il rischio longevità.

Ma la realtà dei fatti evidenzia come il bisogno di sostenere le sempre più magre pensioni pubbliche con versamenti volontari sia ben poco percepito dagli italiani. Tra i quali solo il 23% – poco più di cinque milioni di persone – ha finora aderito a fondi negoziali e a piani pensionistici individuali. Sullo sviluppo del business gravano

l'alta contribuzione pubblica e la precarietà economica di coloro che più di tutti avrebbero necessità di accumulare vitalizi aggiuntivi, primi tra tutti i giovani. Per far decollare il sistema è necessaria innanzitutto una maggiore sensibilizzazione dei cittadini. Che devono essere non solo informati ma anche incoraggiati a programmare il proprio futuro pensionistico aderendo a forme di previdenza complementare.

## Obiettivo educazione, in Italia e all'estero

Un fronte sul quale all'estero si sono attivati da tempo. Il modello tedesco, per esempio, incentiva la previdenza complementare assegnando ai titolari bonus e detraibilità fiscale progressiva dei versamenti. Di segno opposto è la riforma Usa, che penalizza chi non aderisce alle coperture volontarie. In Gran Bretagna, invece, il governo ha puntato sull'educazione, diffondendo consulenza gratuita. Si chiama Money Advice Service il piano di educazione alla prevenzione complementare varato nel 2010: nel 2011, attraverso una rete di 100 punti di consulenza, l'iniziativa ha registrato l'adesione di oltre 11 milioni di cittadini. "L'esperimento ha messo al centro dell'attenzione il ruolo del consulente", spiega Sergio Sorgi, vicepresidente di Progetica, "che è in grado di aiutare il cittadino a capire quali sono i suoi effettivi bisogni previdenziali. La consapevolezza finanziaria diffusa da Money Advice Service si è tradotta in sottoscrizioni di fondi pensione e in un maggiore benessere per gli utenti, che si sono dichiarati addirittura più felici".

## La vision di Intesa Sanpaolo Previdenza

Su una cosa non ci sono dubbi: i mutamenti in atto richiedono un'espansione del welfare privato. "L'obiettivo è raddoppiare gli iscritti alle forme complementari (dal 23% al 53%)", afferma Andrea Lesca, direttore generale di Intesa Sanpaolo Previdenza. "Ma la previdenza complementare può svolgere anche un ruolo di ammortizzatore sociale assicurando, per esempio, la perdita dell'autosufficienza o del posto di lavoro e gli altri eventi legati al rischio longevità". Intesa Sanpaolo Previdenza punta allo sviluppo di forme alternative di welfare aziendale, ma anche di prodotti finalizzati a estendere l'orizzonte temporale degli investitori: "I dati parlano chiaro", interviene Roberto Arosio, responsabile ufficio prodotti, "in base a un nostro sondaggio, il 70,4% degli intervistati ha un orizzonte finanziario limitato a tre anni o meno. Solo il 7,8% sceglie investimenti a lungo termine. Dobbiamo far comprendere al pubblico che investire in un fondo pensione conviene". Per questo Intesa Sanpaolo punta sul valore dell'alfabetizzazione finanziaria e sulla formazione di una rete di consulenti specializzati nella promozione dei prodotti previdenziali.

**La realtà dei fatti evidenzia come il bisogno di sostenere le sempre più magre pensioni pubbliche con versamenti volontari sia ben poco percepito dagli italiani. Tra i quali solo il 23% – poco più di cinque milioni di persone – ha finora aderito a fondi negoziali e a piani pensionistici individuali. È necessaria una maggiore sensibilizzazione dei cittadini, che devono essere incoraggiati a programmare il proprio futuro pensionistico**

### **La strategia di Cattolica Previdenza**

E in Italia? La primaria necessità nel nostro paese sembra essere quella di abbattere il fattore diffidenza nei confronti di banche e assicurazioni, visto che il settore si trova al terzultimo posto nelle categorie merceologiche, seguita dall'immobiliare e dalle ferrovie. Occorre dare risposte concrete in termini di prodotto ma soprattutto di informazione. Rivolgendosi in primo luogo ai giovani e alle giovani famiglie con figli. "Il welfare pubblico regredisce, dando spazio alla nascita di una welfare community: oltre a Stato e famiglia, entreranno in gioco il mercato e il mondo del volontariato, in un regime di sussidiarietà", spiega Michele Cristiano, amministratore delegato di Cattolica Previdenza. "Per ora, tuttavia, il livello di considerazione degli italiani verso le tematiche pensionistiche resta bas-

so: su un campione di età compresa tra 15 e 74 anni, solo il 16,8% ne ha coscienza e solo il 23% si dichiara interessato". Un dato allarmante, considerato che l'Italia è uno dei paesi a più alto tasso di invecchiamento: nel 2050, il rapporto tra gli over 65 e la popolazione attiva (15-64 anni) sarà del 69,9%. Per questo è urgente agire sul fronte dell'educazione. E su quello della consulenza personalizzata: "Stiamo investendo molto sul fronte della rete di vendita", continua Cristiano. "Formando una nuova figura di consulente specializzato. Giovani professionisti formati per intercettare i bisogni dei clienti e rivolgerli al prodotto giusto. Quello della previdenza complementare è un mercato dalle ampie potenzialità di crescita".

Bruno Balzano  
Francesca Ruggiero

### **Dalla parte dei giovani**

"Il problema più sostanziale nel nuovo secolo è garantire condizioni di vita soddisfacenti a tutti i cittadini, non solo ai più abbienti", spiega Maria Bianca Farina, amministratore delegato di Poste Vita e Poste Assicura. "Nello specifico, occorre rivolgersi ai giovani, soprattutto a quelli di età inferiore ai trent'anni, considerando il loro alto tasso di disoccupazione, le basse retribuzioni e l'elevata incidenza dei contratti a termine, che sfiora l'80% dei casi. Poste Vita punta sulla semplicità dei prodotti, ma soprattutto di linguaggio: le informative sono accessibili ai consumatori, la complessità rimane tutta a monte". Un approccio premiante, tanto è vero che oggi Poste Vita detiene il 30% del mercato, con oltre 435 mila iscritti che crescono al ritmo di 10 mila al mese. Con una forte incidenza dei giovani, a cui è offerto un prodotto base a 50 euro mensili, con la possibilità di far convergere altri accumuli assicurativi nel fondo pensione a costo zero. "Evoluzione dei servizi in funzione dei nuovi bisogni, innovazione delle logiche di prodotto, sensibilizzazione e formazione sono insomma i pilastri su cui Poste Vita ha basato la propria attività in tema di previdenza complementare", conclude Farina.

### **La pensione? Un futuro remoto**

Stando a un sondaggio condotto da Episteme per Axa Mps, il 41,4% dei giovani tra i 18 e i 24 anni vuole programmare il proprio futuro. Ma più del 30% dichiara di voler vivere il presente senza pensare al domani. Prevale, insomma, la

manca di progettualità: il 78,4% degli intervistati non è interessato al sistema pensionistico perché "il momento della pensione è lontano nel tempo" e il 24,6% ritiene il tema troppo complicato.