

Milano Festival
delle Assicurazioni

Polizze vita
antidoto
all'inflazione

Boeris e Capponi alle pagine 4 e 5

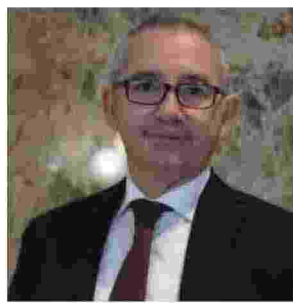
IL RITORNO DELL'INFLAZIONE IMPONE AL MONDO DELLE COMPAGNIE UN CAMBIO DI PARADIGMA

Polizze alternative alla liquidità

Il risparmio assicurato può giocare un ruolo nella sfida contro il caro vita, soprattutto guardando al medio e al lungo periodo. E le migliori opportunità possono arrivare dalle soluzioni previdenziali

DI ANDREA BOERIS

Dopo essere scomparsa per anni, l'inflazione è tornata e ora minaccia il valore reale dei rendimenti anche delle polizze previdenziali e di investimento. Un ospite inatteso, che sta mettendo gli operatori del settore assicurativo di fronte alla necessità di operare scelte ben precise, anche per rispondere a una domanda: il risparmio assicurato può essere un'alternativa alla liquidità? Attorno a questo quesito si è svolta la seconda giornata del Milano



Massimo Camusso
Intesa Sanpaolo Vita



Edoardo Fontana Rava
Banca Mediolanum

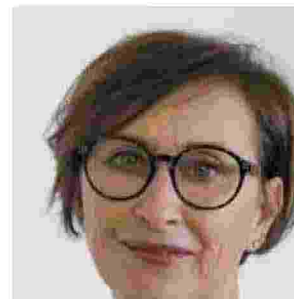


Isabella Fumagalli
Bnl Bnp Paribas

migliori o in linea con l'inflazione. «Il problema è che ora l'inflazione è qualcosa di molto più ampio e radicato, che rende complessa la rincorsa da parte dei rendimenti», ha evidenziato Simone Bini Smaghi, vicedirettore generale di Arca Fondi



Simone Bini Smaghi
Arca Fondi sgr



Nadia Vavassori
Amundi sgr

Milano Festival
delle Assicurazioni
QUARTA EDIZIONE
12 - 13 - 14 OTTOBRE 2022

Festival delle Assicurazioni di *Class Editori*, trasmesso in diretta da *Class Cnbc*. Come è emerso dall'analisi dell'Osservatorio di *Milano Finanza*, i rendimenti delle gestioni separate nel 2021 sono stati

sgr. «I tassi sono saliti ma comunque non abbastanza rispetto all'inflazione, che viaggia ben oltre l'8%, e c'è molta difficoltà a riuscire a stare al passo con i rendimenti». Eppure l'inflazione, oltre che in

un ospite inatteso, può trasformarsi in un'opportunità, come ha sottolineato Edoardo Fontana Rava, direttore servizi di in-

vestimento e assicurativi di Banca Mediolanum: «L'impatto è critico ma non del tutto negativo e mi riferisco alla



previdenza. Questa tipologia di investimento ha come punto di forza il tempo e, in senso assoluto, l'inflazione non vi impatta al cento per cento». In questo senso la previdenza complementare va intesa non come un prodotto bensì come una strategia di lungo periodo, anche se, ha avvertito ancora Rava, «chiaramente bisogna scegliere degli asset strategici, ma poi c'è anche il valore dei vantaggi fiscali collegati ai prodotti previdenziali». Uno dei problemi è però il fat-

to che quello della previdenza è ancora un aspetto sottovalutato. «Si stanno intravedendo nuove vulnerabilità e proprietà nel soddisfare i bisogni. Quello previdenziale, però, viene ancora visto come una necessità a bassa intensità», ha affermato Massimo Camusso, responsabile area commerciale di Intesa Sanpaolo Vita, aggiungendo che «molti clienti ci chiedono di non correre rischi di volatilità. Quindi garanzia e protezione sono aspetti che noi di Intesa Sanpaolo Vita porteremo avanti».

Certamente, di fronte al caro-vita, non è il momento di rifugiarsi nella liquidità e nascondersi, come ha indicato Nadia Vavassori, head of business unit pension saving funds di Amundi sgr. «Un generarsi di liquidità è chiaramente un'opportunità ma andrebbe direzionata verso il futuro, e parlo di previdenza».

Quello che le compagnie oggi si trovano ad affrontare è la scelta degli investitori rispetto al ruolo che tradizionalmente hanno attribuito alle polizze. «Ci troviamo di fronte al dubbio

che il fondo delle compagnie in cui hanno investito non sia in grado di mantenere il rendimento sopra una soglia compatibile al rendimento reale in presenza dell'inflazione», ha indicato infine Isabella Fumagalli, direttore della divisione private banking & wealth management di Bnl Bnp Paribas.

«La consapevolezza fondamentale è però che, nell'ambito dell'assicurazione, si può sviluppare un concetto di lungo periodo e di maggiore liquidità. Un po' meno performante ma sicuramente positivo». (riproduzione riservata)

Più cooperazione tra grandi player, realtà innovative e venture capital per rafforzare l'insurtech

Compagnie e startup a caccia di sinergie

DI MARCO CAPPONI

La nascita di clienti sempre più digitalizzati fa sì che il mondo assicurativo sia un terreno fertile per le startup, ma la strada da compiere è ancora molta. Questo il focus del panel "Il fattore S e il destino delle startup" della quarta edizione del Milano Festival delle Assicurazioni di *Class Editori*. «Il mercato italiano», ha spiegato Simone Ranucci Brandimarte, presidente di Italian Insurtech Association, «è molto regolamentato, e questo alza l'asticella per chi volesse entrarci». Inoltre, ha aggiunto, «serve maggiore dialogo tra startup e grandi compagnie, oltre che coi fondi di venture capital, che sono ancora poco specializzati in settori di nicchia come l'insurtech».

Come rappresentante di una grande compagnia assicurativa Andrea Birolo, head of corporate venturing di Reale Group, ha affermato che «la ragione stessa dell'esistenza del corporate venturing è il supporto alla

trasformazione dei modelli di business delle startup». Ovviamente, ha aggiunto, «ogni investimento deve essere funzionale ai bisogni strategici della compagnia e indirizzato verso modelli di business che soddisfino tali esigenze». Un'idea condivisa da Sauro Mostarda, co-founder e ceo della insurtech Lokky: «Da parte degli investitori», ha evidenziato, «serve un maggiore supporto ai processi di aggregazione delle startup». Inoltre, ha proseguito, «c'è bisogno di investitori più specializzati rispetto a quelli generalisti: non solo fondi istituzionali, ma anche attori provenienti dallo stesso mondo assicurativo, compagnie e corporate venture capital».

L'obiettivo delle startup, soprattutto di quelle votate al digitale, è anche e soprattutto

l'internazionalizzazione. Per Gerardo Di Francesco, founder e managing partner di Wide Group, «il nostro scopo è riuscire a competere con i player locali dei vari mercati, diventando protagonisti paneuropei». Il mercato dei capitali, si è domandato «è pronto a investire somme di denaro assimilabili a quelli che all'estero vengono destinate per sbarcare in Italia?».

Per mettere in contatto tutti gli attori in gioco infine un ruolo fondamentale è quello degli incubatori, come ha ribadito Nicolò Soresina, chief operating officer di Vittoria

hub: «Il nostro ruolo», ha spiegato, «è quello di orchestrare ecosistemi di servizio bilanciati in cui compagnie e startup possano collaborare, parlando un linguaggio unico e comune a tutti». (riproduzione riservata)



Simone Ranucci Brandimarte
Italian Insurtech Association