

Parla Marco Passafiume, head of Bancassurance e direttore Vita del Gruppo Cattolica

«Spendiamo più per le lotterie che per la salute»

Secondo il manager gli italiani credono sia più probabile vincere al gioco che subire un incidente in casa

ANDREA VALLE

■ C'è un "Avanti" Covid e un "Dopo" Covid per tutto. Per la sanità, ovviamente, per la politica, per forza di cose, ma anche per l'economia e la finanza e per l'approccio che hanno gli italiani con gli investimenti e il risparmio. Il ragionamento è dell'head of Bancassurance e direttore Vita del Gruppo Cattolica, Marco Passafiume, e parte da un numero. Nel corso della pandemia la liquidità che abbiamo deciso di trattenere sui nostri conti correnti è aumentata al punto di sfondare quota 1.700 miliardi, siamo arrivati sui livelli del nostro Pil. E fin qui nulla di nuovo. Il punto è che anche le decisioni su come impiegare i nostri soldi si sono modificate. Vediamo come.

Dottor Passafiume, come sono usciti i risparmiatori italiani dalla pandemia?

«Partiamo da quello che emerge in modo più evidente. La paura e le preoccupazioni per il futuro hanno accentuato l'attitudine al risparmio degli italiani, che del resto soprattutto nel periodo del lockdown hanno speso molto di meno rispetto alle loro abitudini».

Oltre a essere bravi risparmiatori siamo anche bravi investitori?

«Beh, qui il discorso si fa più complesso. Storicamente gli italiani preferiscono la liquidità e gli investimenti a basso rischio con un orizzonte temporale abbastanza breve che in media non supera i cinque anni. C'è anche una differenza culturale, per

esempio, con i Paesi anglosassoni dove il tasso di risparmio è più basso e le modalità di investimento sono diverse».

Come mai?

«Influisce lo scarso peso della sanità pubblica e del welfare statale, per cui nei Paesi anglosassoni l'acquisto di una polizza sulla vita è una forma di investimento quasi naturale».

In Italia invece?

«In Italia c'è un sistema statale più forte, ma si comprano meno polizze per una ragione culturale».

Cosa vuol dire?

«Voglio dire che noi siamo legati al concetto del "Non si sa mai". Pensiamo che i soldi messi da parte ci tengano al riparo dagli imprevisti. Il Covid ha acuito questa convinzione e la tentazione ad accumulare per gestire tutto, dalla perdita del lavoro fino alle malattie e agli eventuali danni in casa... Le porto un esempio...».

Prego.

«Faccia il confronto tra quanto si spende per le lotterie e quanto invece investiamo per acquistare polizze che ci tengono al riparo dagli imprevisti. Evidentemente abbiamo difficoltà a misurare i rischi ai quali siamo esposti. Gli italiani credono che vincere alla lotteria sia più probabile che avere un incidente in casa. In realtà non è così. Quasi sempre poi ci concentriamo sui progetti importanti, come per esempio un programma di studi dei figli o la pensione, ma non pensiamo quasi mai a un piano "B" che ci venga

in soccorso se il piano "A" dovesse andare a rotoli. Su questo noi assicurazioni dobbiamo fare mea culpa, dovremmo essere più bravi a comunicare e a far capire che una polizza rappresenta quel piano B».

Il Covid ha modificato anche i vostri piani "B".

«Certo, dopo la pandemia gli italiani vogliono avere una copertura che sia quanto più ampia possibile. Prenda la nostra "Active Vita" che è innanzitutto un'assicurazione che riguarda il caso di decesso, ma al tempo stesso aiuta l'assicurato se si ammala o dovesse essere colto da altri problemi di salute ampliando le garanzie alle conseguenze economiche che le vicissitudini sanitarie possono provocare».

C'è un focus specifico anche per i giovani?

«I giovani hanno maturato una sensibilità molto forte su tutti i temi che riguardano la prevenzione. Per questo sono interessati, per esempio, alla nostra "Active Benessere" che dà tanti supporti all'attività di diagnosi e alla pratica sportiva».

Siete attenti alla salvaguardia dell'ambiente?

«Assolutamente sì. Abbiamo prodotti ad hoc e iniziative che sono legate a questa tipologia di investimento, prenda per esempio la soluzione "Futuro Sostenibile" realizzata con il Banco Bpm che prevede di piantare un albero per ogni polizza sottoscritta. Il nostro intero processo di investimento è socialmente responsabile. È un trend irreversibile».



Secondo l'head of Bancassurance e direttore Vita del Gruppo Cattolica, Marco Passafiume, «in Italia si comprano meno polizze per una questione culturale»

