

Polizze Vita, il motore per le assicurazioni

L'Ania stima la crescita annua al 15 per cento. La banca resta il canale prevalente, agli agenti i contratti più lunghi

Lucilla Incorvati

Il settore Vita farà da volano al business assicurativo per tutto il 2013. Le previsioni **Ania** parlano di una crescita del segmento del 15% contro un 8,8% della media generale. Nei primi mesi 2013 la nuova produzione vita, in aumento rispetto al 2012 (i valori però sono inferiori al 2010 e al 2011) vede una raccolta concentrata sui prodotti di ramo I e V.

Tutti i canali registrano volumi collocati in aumento, ad eccezione dei promotori finanziari, che d'altra parte erano cresciuti molto nel 2012. Il principale canale di distribuzione nel settore Vita rimane quello bancario, nonostante nel 2012 si registri per il secondo anno consecutivo uno scivolone. Sportelli e promotori lavorano più sui premi unici, mentre gli agenti su piani di accumulo con durate spesso superiori ai 15 anni.

La raccolta netta al primo trimestre è positiva sia sul totale vita, per 2,2 miliardi, sia limitatamente ai rami I e V (2,8 miliardi) mentre il risultato di maggio indica + 25% per la

nuova produzione.

Questa nuova primavera deve però fare i conti con una diminuzione del tasso di risparmio degli italiani, passato in quattro anni dal 12,1% del 2008 all'8,2% del 2012. Tale tendenza avrà probabilmente ripercussioni sull'attività del settore vita «di risparmio» nei prossimi anni. «È vero negli ultimi anni la capacità di risparmio delle famiglie italiane si è ridotta e guardando al futuro è indubbiamente un fenomeno preoccupante – spiega Roberto Manzato, direttore centrale **Ania** – ma i prodotti Vita e altri di risparmio sono utilizzati non solo sul nuovo risparmio, ma soprattutto sul risparmio già accumulato negli anni. Quindi, nel breve/medio periodo va visto tutto lo stock delle attività finanziarie».

Il successo dei prodotti Vita dimostra che, rispetto ad altre soluzioni di risparmio/investimento, sono prodotti in grado di catturare le esigenze di una platea molto ampia. «Pensiamo alla polizza assicurativa multiramo – aggiunge Manzato – è quasi un prodotto perfetto perché attraverso la linea prudente con gestione separata, volatilità bassa e consolidamento del risultato riesce a dare un rendimento costante e soddisfacente mentre con le linee più aggressive si può puntare ad avere un upside. Questa flessibilità è molto vantaggiosa anche per il distributore perché può calibrare necessità diverse con lo stesso prodot-

to. Infine, il prodotto assicurativo quando dà delle garanzie è anche quello che offre maggiore sicurezza perché l'assicuratore si impegna anche economicamente nel garantire un certo risultato economico». Si stima infatti che lo stock di riserve vita sia ripartito per l'80% su prodotti garantiti (77,5% ramo I e V e il 2,5% in fondi/prodotti garantiti di ramo III o IV).

In termini di redditività il dato positivo 2012 non deve ingannare perché il numero si confronta con il 2011 e gli anni precedenti «in cui ci sono state perdite record – aggiunge ancora Manzato –. Se si guarda, infatti, alla media storica, la redditività è diminuita: rispetto a sette/dieci anni fa i caricamenti si sono abbassati in modo sensibile». Quindi, guardando al futuro che cosa di dovrà fare? «Si può sempre migliorare – conclude Manzato – da un punto di vista del prodotto con Solvency 2 bisognerà trovare delle modalità di garanzie con minor assorbimento di capitale. Quindi, vanno pensate delle garanzie efficienti. Da un punto di vista del servizio, sarà indispensabile fornire al cliente una consulenza sempre più approfondita e in linea ai bisogni dei clienti. Da questo punto di vista non siamo all'anno zero ed ora non ci si può certo fermare.»

lucilla.incorvati@ilsolare24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli indicatori principali

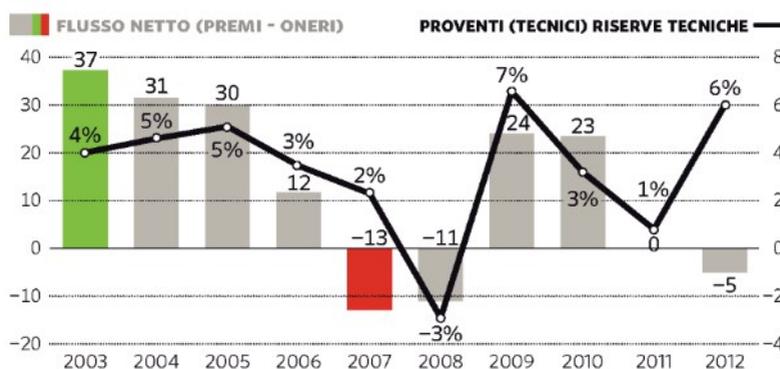
NUOVA PRODUZIONE VITA

Valori in miliardi*



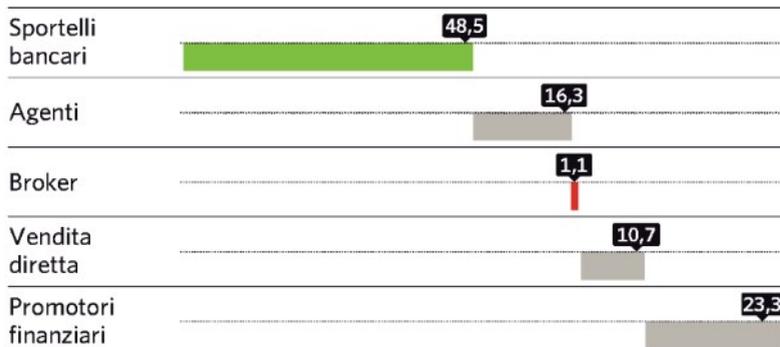
IL FLUSSO NETTO E IL RENDIMENTO CAPITALE INVESTITO DEL SETTORE VITA

Valori in miliardi, %*



I CANALI DI DISTRIBUZIONE VITA, ANNO 2012

Valori %



NOTA: (*) dati riferiti agli associati Ania a esclusione dei Riassicuratori

FONTE: Ania