

La protezione parte dalla consapevolezza

Stimolare la cultura delle assicurazioni, sensibilizzando operatori e cittadini alla gestione del rischio. Questo l'obiettivo della prima giornata nazionale dell'educazione assicurativa che si è svolta a Roma, dove gli stakeholder si sono confrontati sulle strategie da adottare per coinvolgere giovani e adulti

Per colmare il gap assicurativo bisogna partire dalla scuola. Questo il leitmotiv della prima Giornata dell'educazione assicurativa, organizzata da Ivass e Forum Ania-Consumatori nell'ambito del mese dell'educazione finanziaria 2019, che si è svolta mercoledì scorso a Roma.

Ad aprire i lavori il presidente Ivass, **Fabio Panetta**, che ha raccontato le tante iniziative messe a punto dall'Istituto per sensibilizzare sia gli operatori assicurativi e finanziari sia i cittadini, con un focus particolare sui giovani. Tra queste, il progetto di formazione economico-finanziaria, realizzato con **Banca d'Italia** e **Miur**, per formare i docenti e diffondere strumenti formativi (guide e quaderni tematici); la realizzazione di tutorial sotto forma di video pillole in tema di polizze vita dormienti e truffe online (in collaborazione con **Mise**); un test di conoscenza assicurativa per verificare il grado di alfabetizzazione e misurare l'efficacia delle attività poste in essere; e un quiz interattivo per stimolare la comprensione dei meccanismi base di funzionamento dell'assicurazione sotto forma di storytelling. Le iniziative dell'Ivass però, ha spiegato Panetta, "da sole non bastano, serve l'impegno sinergico di tutti i soggetti".

IL RITARDO ITALIANO

Concordano gli assicuratori che, dal canto loro, avvertono la necessità di un "impegno congiunto di tutte le componenti della società" e di un "metodo di lavoro inclusivo", come ha confermato il direttore generale dell'Ania, Dario Focarelli.

L'Italia è in ritardo su tutti i fronti: meno di un lavoratore su tre aderisce al sistema di previdenza complementare (uno su cinque nel caso dei giovani); l'incidenza della spesa out-of-pocket (pari a circa 40 miliardi di euro) sulla spesa sanitaria privata è del 90%, contro il 55% della Germania e il 41% della Francia; quasi l'80% delle abitazioni è esposto a un rischio significativo di calamità naturali, ma solo il 3% è protetto da una polizza contro questi eventi; l'incidenza dei premi (escluso il settore auto) sul Pil è pari all'1% rispetto a una media europea del 2,6%, e il premio medio per abitante è circa un terzo di quello dei principali Paesi Ue.

DAI GIOVANI AGLI ADULTI

Servono dunque iniziative che partano dall'introduzione dell'educazione finanziaria nei programmi scolastici. "La scuola deve rappresentare un canale privilegiato", ha confermato Focarelli, sottolineando come il Forum abbia coinvolto finora 180mila studenti, in particolare con il programma *Io&irischì*, sui temi della gestione del rischio, della prevenzione e della mutualità. Per arginare il ritardo italiano nel campo delle competenze matematiche, invece, il Forum ogni anno realizza, in collaborazione con l'Università Cattolica, il *Gran premio della matematica applicata* che ha coinvolto, nel 2019, 10mila studenti. Su questo punto, ha spiegato **Nino Savelli**, professore ordinario di teoria del rischio, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, la sfida è insegnare in modo diverso per vincere il "rifiuto aprioristico della matematica" e avere cittadini in grado

di "attuare strategie familiari previdenziali, finanziarie e assicurative consapevoli".

Agli adulti, invece, è dedicato l'Osservatorio sulla vulnerabilità delle famiglie, cui si affianca la collana di guide informative, *L'assicurazione in chiaro*, che illustrano, con un linguaggio semplice e concreto, i temi assicurativi di maggiore interesse per i consumatori.

Si tratta di un "percorso lungo", ha spiegato il direttore del comitato Eudfin, **Annamaria Lusardi**, fatto di programmi ben mirati realizzati con il contributo e la "grande guida" della ricerca accademica. Su questa scia saranno pubblicati quaderni e organizzate giornate dedicate, in cui i giovani ricercatori saranno i protagonisti.

UN GRANDE SFORZO DI SEMPLIFICAZIONE

Nella seconda parte dell'evento si sono confrontati ricercatori, rappresentanti dei consumatori, istituzioni e imprese sulle strategie da adottare per innescare quella conoscenza del rischio che porti a comportamenti consapevoli.

In primis, il sistema deve promuovere una conoscenza migliore ma anche un maggiore senso di responsabilità individuale. "La complessità non deve essere un alibi per il consumatore", ha avvertito **Gianluca Di Ascenzo**, presidente del **Codacons** e vice presidente del **Forum Ania**-Consumatori, sottolineando l'importanza di formazione e semplificazione. A conferma di ciò, la mini guida, realizzata dal **Forum Ania**-consumatori, ha registrato 500 download nella sola giornata di presentazione, dimostrando che "quando si trova un linguaggio semplice, si attira l'attenzione degli adulti".

Su questo punto insiste anche **Mario Fiorentino**, componente di Eudfin designato dal ministero dello Sviluppo economico, spiegando che alla complessità della vita e delle situazioni bisogna contrapporre un "grande sforzo di semplificazione", creando format e polizze vicine al cittadino. Questo, ha spiegato, "avvicinerebbe le compagnie all'utenza e ridurrebbe il gap permanente nel rapporto tra fornitura della prestazione assicurativa e assicurato". Su questo, Fiorentino ha invitato **l'Ania** a una maggiore attenzione in sinergia con il vigilante per colmare la distanza tra la complessità dei prodotti e la platea degli utenti.

LA TECNOLOGIA RENDE PIÙ CONSAPEVOLI

La semplificazione, concordano le imprese, conviene a tutti: "serve al consumatore ma anche alle compagnie", ha ammesso **Andrea Mencattini**, head of governance & institutional relations di **Generali Country Italy & Global Business Lines**, sottolineando i vantaggi economici e organizzativi che derivano dal definire in modo chiaro la responsabilità delle imprese e le condizioni di indennizzo.

A questo va affiancato un lavoro di educazione del consumatore sulla conoscenza del rischio e dell'offerta dove le compagnie devono essere in prima linea. Qui è utile il ricorso alla tecnologia: ad esempio, nel caso delle scatole nere o delle polizze sanitarie, le informazioni vengono utilizzate per sensibilizzare l'assicurato sulle conseguenze che lo stile di guida e di vita hanno sul suo livello di rischio. L'innovazione tecnologica quindi, ha confermato Mencattini, "può dare una buona risposta all'aumento della consapevolezza".

LA SINERGIA CONTRO IL FATALISMO

A chiusura della giornata, **Elena Bellizzi**, componente del comitato Eudfin designata da Ivass, ha sottolineato che, nel 2018, gli italiani hanno speso ben 117 miliardi di euro in lotterie, ma solo 17 miliardi per assicurarsi contro i danni (esclusa Rca). "Fatalismo, scarsa fiducia e scarsa conoscenza minano l'attitudine ad assicurarsi", ha spiegato Bellizzi. Quindi va rafforzata la fiducia dei consumatori attraverso contratti che offrano valore e prezzi contenuti, chiarezza sulle coperture e velocità negli indennizzi. Utilizzando la sinergia tra assicuratori e consumatori, ha concluso, "occorre creare un circolo virtuoso dove cittadini consapevoli possano tutelarsi all'interno di un mercato trasparente e competitivo".

Laura Servidio

