

— Gli speciali di **Avenire** —
ASSICURAZIONI

I futuri manager delle polizze per un mondo pieno di rischi

Parte a marzo il Master in Gestione assicurativa promosso dall'Università Cattolica del Sacro Cuore e da Ania: digitale, sostenibilità e apertura internazionale tra le competenze necessarie per un settore che offre molti sbocchi professionali

Il settore assicurativo offre orizzonti occupazionali sempre più solidi in un mondo che si è scoperto più fragile e bisognoso di gestire vecchi e nuovi rischi: rischio sanitario, rischio energetico, rischio economico e occupazionale, rischio idrogeologico, fino ai nuovi rischi connessi alla tecnologia, e alla fragile complessità della vita sempre più gestita tra App e Pin code. A marzo avrà inizio la terza edizione del Master in Gestione assicurativa promosso dall'Università Cattolica del Sacro Cuore e da Ania, l'Associazione delle imprese assicuratrici. L'obiettivo del Master è quello di trasferire conoscenze e competenze atte a formare i futuri manager dell'*insurance*, orientandoli a cogliere le sfide di innovazione, sostenibilità e internazionalizzazione del settore. Ne usciranno nuove figure professionali capaci di coniugare *skill* tecniche e competenze digitali, operare in contesti interna-

zionali e attente ai temi della sostenibilità. Realizzato in collaborazione con il Cetif - il Centro di Ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore - il Master si rivolge a laureati e laureandi (specialistica, magistrale, vecchio ordinamento) principalmente delle Facoltà di Economia e Scienze bancarie, finanziarie e assicurative, Scienze linguistiche e letterature straniere, Informatica, Scienze statistiche e attuariali, Matematica, Ingegneria, Giurisprudenza, Scienze politiche e sociali, Psicologia, ma anche a laureati provenienti da altre facoltà o con titoli esteri equivalenti. È un'opportunità anche per giovani professionisti che desiderino rafforzare le proprie competenze nel settore assicurativo. Il master si inserisce nel contesto più generale dell'impegno di Ania per l'educazione assicurativa, che è un capitolo fondamentale dell'educazione finanziaria: una crescita educativa sul fronte economico e finanziario non può prescindere da un incremento delle conoscenze sul fronte assicurativo. C'è un problema culturale che si incrocia direttamente con quello dei comportamenti quotidiani. L'Italia è un Paese notoriamente sottoassicurato - ricorda Maria Bianca Farina, presidente di Ania - ma proprio per colmare il *protection gap* è indispensabile cercare di ridurre l'altro non meno importante divario, ovvero l'*education gap*. L'urgenza di una nuova fase di

educazione assicurativa e finanziaria viene dalle sollecitazioni del tempo presente. In questi ultimi anni ci siamo tutti scoperti più vulnerabili: il Covid sul fronte della salute, la crisi economica e la crisi occupazionale, l'instabilità drammatica degli equilibri geopolitici con la guerra in Ucraina, la necessità di una transizione ecologia ed energetica che cambierà molte delle nostre abitudini di vita. Su questi "nuovi" motivi di rischio si aggiungono quelli "vecchi", sempre trascurati: dalla fragilità idrogeologica del Paese alla carenza di protezione assicurativa delle nostre famiglie e delle nostre case, fino alla trascurata evoluzione demografica che rende necessario un nuovo sistema di protezione sociale. «Di fronte a uno scenario in così rapida evoluzione - sostiene Farina - quello che serve è una capacità diffusa di gestire i rischi. Circa 20 anni fa, Robert Shiller, poi premio Nobel per l'economia, parlò di "*risk management for the masses*", ossia una gestione efficiente dei rischi non più confinata nel mondo degli specialisti, ma diffusa tra la popolazione per fronteggiare con successo le sfide del futuro». L'Ocse da anni colloca l'Italia in fondo alla classifica dei Paesi con una adeguata "Financial Literacy" degli adulti, così come in Italia si ottengono i peggiori risultati quando si misura l'alfabetizzazione finanziaria dei giovani di 15 anni. Ania da tempo si è attivata per conse-

guire risultati concreti in questo campo, coinvolgendo non solo le imprese, ma il più ampio numero di soggetti sociali interessati. È per tale ragione che le attività in tema di informazione e di divulgazione sono state sviluppate, a partire dal 2008, in collaborazione organica con i principali *stakeholder* sociali del settore assicurativo - le associazioni dei consumatori - attraverso la Fondazione "Forum ANIA-Consumatori". Questa ha tra i compiti statutari proprio quello di accrescere la cultura finanziaria e assicurativa dei cittadini, favorendo la comprensione di nozioni relative al rischio, come pure le opportunità offerte dagli strumenti assicurativi. Un'attività che si aggiunge a quella della Fondazione ANIA. La onlus del settore assicurativo, costituita nel 2004 dalle Compagnie con l'obiettivo di ridurre il numero e la gravità degli incidenti stradali in Italia, ha ampliato la sua mission nel 2017, avviando progetti per diffondere una nuova cultura assicurativa e promuovere i valori della prevenzione e protezione di cittadini ed imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 52 %



Studenti all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano