

FOCUS ASSICURAZIONI

# «L'educazione finanziaria una priorità per il Paese»

*Maria Bianca Farina, presidente di Ania:  
«La cultura assicurativa tassello fondamentale»*

«NUOVI» RISCHI

Il Covid, la guerra in Ucraina e la transizione energetica ci hanno fatto scoprire più fragili

SOLUZIONI

Alle polizze un ruolo centrale per programmare le necessità lungo l'intero ciclo della vita

**Diana Alfieri**

■ L'educazione finanziaria ha in quella assicurativa un capitolo fondamentale. Tanto più evidente in questi anni in cui i rischi sono diventati più palpabili: rischio sanitario, energetico, economico e occupazionale. Vecchi e nuovi rischi, come quelli connessi alla tecnologia, e alla fragile complessità della vita sempre più gestita da *app* e *pin code*. 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 la *protection gap* è indispensabile cercare di ridurre l'altro non meno importante divario, vale a dire l'*education gap*».

In Italia la situazione su questo fronte è ancora carente. 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 conseguire 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 statuari pro-

prio quello di accrescere la cultura finanziaria e assicurativa dei cittadini, favorendo la comprensione di nozioni relative al rischio, alla sua mitigazione, al suo trasferimento, 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 una serie di progetti per diffondere una nuova cultura assicurativa e promuovere i valori della prevenzione e protezione di cittadini ed imprese.

La questione riguarda il futuro. Il futuro del Paese (e del pianeta, in verità), delle persone che lo abitano, dei giovani che si preparano a guidarlo, ereditandolo dai loro genitori. Un'istanza che eccede largamente i momenti già dedicati istituzionalmente alla riflessione sul tema. Non basta certo il mese dedicato ogni anno all'educazione finanziaria (nello scorso ottobre il titolo era: «Conosci oggi quello che conta per il futuro»). L'educazione finanziaria comprende nel suo orizzonte tutte le necessità di preparazione, formazione, apprendimento sulle questioni che riguardano l'economia, la finanza, le assicurazioni, la previdenza: tutti i temi che sembrano appesi al futuro, ma che nel presente hanno bisogno di essere compresi, affrontati, gestiti.

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 ecologica 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 - dice 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». Nell'età della vita in cui acquisiamo le competenze che ci accompagneranno da adulti, è importante essere consapevoli delle incertezze e delle vulnerabilità della vita di tutti i giorni, e iniziare a conoscere gli strumenti per affrontarle e gestirle, per meglio costruire e proteggere il nostro futuro. La nuova "normalità", che si va delineando per i prossimi anni, porterà con sé un susseguirsi di mutamenti culturali, sociali ed economici intrecciati gli uni con gli altri. Una del-



le risorse che saranno necessarie per governare queste trasformazioni è sicuramente la cultura finanziaria e assicurativa. Dovremo saper programmare le spese e i risparmi lungo tutto l'arco del nostro ciclo di vita. «Dovremo saper comparare le diverse opportunità di investimento. E saper individuare gli strumenti migliori per rispondere ai nostri bisogni di protezione» continua Farina. In questo contesto, la polizza assicurativa è il principale strumento di protezione contro il rischio: permette di premunirsi contro le conseguenze dannose di un evento, con un costo enormemente inferiore rispetto a quello che si sarebbe dovuto sostenere qualora il rischio fosse affrontato e sostenuto singolarmente. L'intervento pubblico si finanzia attraverso la fiscalità generale ed è con queste risorse che si finanziano i servizi. Però le risorse non sono infinite, la pressione fiscale è alta, la necessità di servizi è sempre più importante. Quindi associare risorse pubbliche e private significa moltiplicarle.

03212  
**134**

03212

**300mila**

Fondata nel 1944, oggi l'ANIA raccoglie 134 compagnie che rappresentano circa l'85% del mercato assicurativo in termini di premi. L'Associazione ha promosso sia un Forum permanente con i consumatori sia una Fondazione

Il settore assicurativo è strategico per il nostro Paese: impiega circa 300mila persone e sviluppa investimenti per più di 1.000 miliardi (pari oltre il 55% del Pil), contribuendo alla stabilità dei mercati finanziari e immobiliari



**EGNO** Maria Bianca Farina, presidente di Ania, l'Associazione nazionale fra le imprese assicuratrici