

Non c'è **private**
senza
insurance



a cura di **AIPB**Schola®

Cogliere l'opportunità della protezione

Proteggere significa anche conoscere, prevenire e gestire gli imprevisti che possono compromettere l'integrità del patrimonio.



Nicoletta Garola
 } Consigliere indipendente HDI Assicurazioni; Business Development Specialist
 } - Health&Benefits - Employee Benefits Aon Advisory and Solutions*

Il concetto di **protezione** sta emergendo con forza come una delle nuove dimensioni chiave della consulenza nel private banking. Se sul fronte "assicurativo-finanziario" (in breve il Vita) il settore ha già raggiunto una notevole maturità, è sul versante della protezione dai rischi patrimoniali, personali e familiari che si apre oggi una nuova sfida. Un'esigenza che si affianca, e in molti casi precede, quella dell'investimento, e che nasce da una crescente consapevolezza da parte dei clienti rispetto ai rischi che possono incidere sul benessere di lungo periodo loro e della famiglia.

Le evidenze raccolte da AIPB sulla clientela private lo confermano: il 64% delle famiglie private ritiene prioritario coprirsi dai rischi prima ancora di investire; eppure, solo il 24% si sente realmente ben protetto, e appena il 10% ha affrontato questi temi con la propria banca.

Un segnale chiaro di un bisogno in crescita e ancora non pienamente soddisfatto, che apre nuovi spazi di consulenza e relazione.

La protezione come base per la crescita

Proteggere il patrimonio non significa solo garantirne la performance finanziaria. Significa anche conoscere, prevenire e gestire gli imprevisti che possono compromettere l'integrità: eventi esterni, rischi sanitari, infortuni, malattie invalidanti, decessi improvvisi, contenziosi professionali, fino a catastrofi naturali. È in questa prospettiva che la protezione assicurativa diventa parte integrante della gestione patrimoniale e si afferma come una priorità sempre più sentita.

Dopo la pandemia, l'attenzione a salute, longevità e rischio economico è cresciuta sensibilmente, anche in risposta a un sistema di welfare che si sta progressivamente indebolendo. L'81% dei clienti private, secondo l'indagine AIPB, dichiara di pensare attivamente al futuro, ma solo il 20% ha già adottato soluzioni concrete di lungo periodo. È un dato che non va interpretato in chiave critica, bensì come una opportunità per evolvere l'offerta e costruire, insieme al cliente, un percorso più strutturato di pia-

La realtà nei dati firmati AIPB

Le polizze assicurative di investimento sono sempre più presenti nei portafogli della clientela private, mentre le coperture Danni hanno un utilizzo ancora relativamente modesto. A incidere, una minore conoscenza degli strumenti a disposizione e la scarsità di soluzioni disegnate sulle esigenze dei clienti private. In questo numero, AIPB Schola® propone un approfondimento sulla Protezione come opportunità di miglioramento del servizio al cliente private, attraverso il contributo di **Nicoletta Garola**, professionista con grande esperienza nel mondo assicurativo e membro della **Faculty di AIPB Schola®**.

A confronto, la testimonianza di **Luciano Resciniti** - Responsabile Private Sales di UniCredit Private Banking - illustra un modello organizzativo interessante nel settore private, per cogliere al meglio questa opportunità.

nificazione e tutela dei suoi progetti. Non va poi trascurato l'effetto finanziario indiretto delle scelte di protezione. Una copertura efficace consente infatti di liberare una parte della liquidità che taluni clienti tengono accantonata per far fronte agli imprevisti, come forma di autoassicurazione. In assenza di alternative adeguate, questo patrimonio resta inattivo e non genera rendimento. Attraverso soluzioni assicurative ben calibrate, è invece possibile ottimizzare l'impiego delle risorse, migliorare la pianificazione patrimoniale e offrire maggiore serenità al cliente.

Un cliente pronto, un settore in movimento

Come già anticipato, il cliente private è oggi particolarmente attento a questi temi: si interroga, è informato, e si aspetta risposte concrete. Spesso è un imprenditore, un professionista o comunque un soggetto abituato a gestire rischio e responsabilità. Questo lo rende ancora più ricettivo rispetto a soluzioni di protezione, ma anche più esigente in termini di qualità, completezza e personalizzazione del servizio.

L'industria del private banking, da parte sua, ha iniziato a muoversi. Secondo quanto emerso dalla survey AIPB realizzata in collaborazione con PwC "Private Protection: la nuova frontiera del Wealth Management", presentata nel corso di un evento dedicato, il 79% degli operatori considera l'integrazione dell'offerta di protezione una leva strategica. Tuttavia, solo il 14% ha già sviluppato una proposta Danni (la chiamiamo così per semplificare) pensata specificamente per il segmento private. I motivi sono molteplici: dalla percezione di complessità nella gestione dei sinistri, alle carenze di gamma prodotti, fino alla necessità di sviluppare una cultura assicurativa più diffusa - sia tra i banker, sia all'interno della struttura della banca.

Le basi per un'offerta dedicata

Costruire un'offerta efficace per la clientela private non significa per forza dover personalizzare ogni soluzione. Piuttosto, si tratta di selezionare e mettere a sistema alcune coperture chiave, adatte alla fascia alta di mercato: coperture sanitarie estese e internazionali, polizze infortuni e invalidità,

capitali caso morte anche di ingente ammontare, long-term care, protezione di immobili di pregio, opere d'arte e beni da collezione.

Si tratta spesso di esigenze di protezione simili a quelle del segmento affluent o retail, ma con massimali più elevati e aspettative di servizio superiori. Un cliente private, ad esempio, non si accontenta di una polizza sanitaria base: si aspetta di poter accedere a strutture d'eccellenza, a servizi domiciliari, a network specialistici internazionali. La qualità dell'offerta e dell'assistenza post-vendita fanno la differenza.

Un altro elemento rilevante, in questo senso, è la capacità di razionalizzare l'esistente: molti clienti dispongono già di più coperture attive, magari sottoscritte nel tempo con diversi interlocutori. Un servizio di check-up assicurativo - che analizzi i contratti in essere, evidenzii le sovrapposizioni o le scoperture e proponga un riassetto coerente - rappresenta un valore concreto. Un servizio che può essere fornito attraverso la collaborazione con specialisti assicurativi, in modo simile a quanto già avviene nel campo della pianificazione patrimoniale e fiscale. E può essere offerto in forma consulenziale, liberando il banker dall'obbligo di dover vendere per giustificare l'intervento. In questo senso, tecnologie come l'intelligenza artificiale stanno rendendo più semplice l'analisi di portafogli assicurativi articolati, supportando il professionista nella lettura delle clausole e nella sintesi dei contenuti.

Formazione, visione, collaborazione

Affinché questa evoluzione si consolidi, a mio parere servono tre leve principali. La prima è la **formazione**. I banker

La tutela è garantita dalla relazione e dall'esperienza

“Oggi il private banker dialoga con almeno tre generazioni contemporaneamente e pianificarne il futuro significa tutelare anche il loro presente”. Ne è convinto **Luciano Resciniti**, Responsabile Private Sales di UniCredit Private Banking, che presenta il modello di servizio del segmento. Un modello che si distingue, anche, per la presenza dell'Insurance Protection Advisor.

Qual è l'approccio di UniCredit al tema della protezione assicurativa per la clientela private?

L'approccio del private banking di UniCredit al tema della protezione nasce dalla consapevolezza che la vita dei clienti va pianificata con ordine.

Oggi il private banker dialoga con almeno tre generazioni contemporaneamente e pianificarne il futuro significa tutelare anche il loro presente guardando a ciò di cui hanno bisogno: alla famiglia, all'azienda, al patrimonio e alla salute. Prima ancora di costruire portafogli di investimento o soluzioni previdenziali, è importante mettere i clienti al riparo da eventi che potrebbero compromettere la realizzazione dei loro obiettivi di lungo periodo.

Per questo presidiamo con competenza e visione strategica il tema della protezione: non si tratta semplicemente di proporre prodotti assicurativi, ma di accompagnare i clienti in un percorso consulenziale completo e personalizzato, che tenga conto degli impatti della longevità, delle esigenze intergenerazionali e dei rischi di vita personali e professionali, posizionandoci come interlocutori di riferimento per offrire loro una consulenza pienamente integrata.

Come si articola oggi il dialogo tra private banking e mondo assicurativo? UniCredit ha adottato un modello ibrido: come funziona e quali risultati ha portato in termini di servizio al cliente e organizzazione interna?

Il nostro modello di servizio si basa su un approccio integrato, che unisce la competenza relazionale e consulenziale dei private banker con l'expertise tecnica di figure specialistiche dedicate al tema della protezione assicurativa. In particolare, nel 2023 abbiamo introdotto il ruolo dell'Insurance Protection Advisor: professionisti che, al termine di un percorso formativo di alto profilo, sono oggi in grado

della protezione affiancano i banker nel dialogo con il cliente, oppure strutture centrali che supportano la rete nelle fasi più tecniche. Ma a prescindere dal modello scelto, ci deve essere una struttura solida, capace di rispon-

dere con tempestività e competenza: ad esempio, la coerenza tra la promessa di tutela al cliente e l'effettiva gestione di un sinistro è decisiva. Perché è proprio nel momento del bisogno che si misura il valore di una relazione.

di supportare la clientela nelle diverse esigenze di protezione che si presentano lungo l'arco della vita, con un'attenzione specifica alla tutela della persona e alla pianificazione del passaggio generazionale. Si tratta di un modello ibrido e sinergico in cui specialisti si affiancano al banker nella relazione fiduciaria con il cliente.

Dal punto di vista dell'organizzazione interna, oltre alla creazione di figure specializzate e di una struttura centrale dedicata al presidio del business della protezione, abbiamo potenziato significativamente la formazione sul tema per l'intera rete commerciale. Questi percorsi, mirati a consolidare sia le competenze tecniche che le capacità relazionali - che includono anche i corsi specialistici di AIPB Schola® -, hanno arricchito l'offerta formativa già solida sviluppata con la UniCredit University con lo scopo di fornire tutti gli strumenti per cogliere i bisogni di protezione dei clienti e rispondere in modo consapevole ed efficace. Il nostro modello, dunque, è una visione di servizio che evolve con i bisogni del cliente e con il mestiere stesso del banker, che al bisogno può avvalersi della professionalità di una figura specializzata su tematiche di protezione.

Uno sguardo al futuro

I segnali sono positivi: cresce la consapevolezza della clientela private, si rafforza la domanda, e gli operatori stanno già aprendo nuove strade. Il private banking ha oggi l'opportunità



Quali strumenti e soluzioni si sono rivelati più efficaci per intercettare i bisogni di protezione patrimoniale e personale della clientela private?

Le soluzioni più efficaci sono quelle in grado di rispondere in modo semplice e mirato a bisogni reali.

Tra queste, le coperture Temporanee Caso Morte (TCM) e le soluzioni Salute rappresentano gli strumenti principali della nostra offerta di protezione, poiché consentono di tutelare il cliente e il suo nucleo familiare da eventi poten-

zialmente impattanti sul piano personale, patrimoniale e generazionale.

Abbiamo inoltre previsto soluzioni di base, come la copertura per la responsabilità civile integrata nei servizi di conto corrente.

Un ulteriore passo strategico è stato recentemente compiuto con l'internalizzazione del business di bancassicurazione Vita in Italia.

Questo nuovo set-up organizzativo ci permetterà di sviluppare ulteriori sinergie interne, migliorare la personalizzazione del servizio e incrementare la qualità dell'offerta destinata ai nostri clienti.

capace di guardare al futuro con responsabilità e visione ●

*membro della Faculty AIPB Schola®