

PREVIDENZA COMPLEMENTARE, PILASTRI SENZA FONDAMENTA

di FABRIZIO AURILIA

INFORMARE CON IL LINGUAGGIO E GLI STRUMENTI GIUSTI.
LE COMPAGNIE SI STANNO MUOVENDO ANCHE SUL FRONTE
DELLA COMUNICAZIONE: PER EVITARE CHE L'OCCASIONE, FINORA
MANCATA, SI TRASFORMI IN DRAMMA SOCIALE



Le iniziative dei privati e delle associazioni sulla previdenza complementare si stanno moltiplicando. A partire dal progetto voluto dal professor **Alberto Brambilla** e da **Itinerari Previdenziali**, la *Gnp, Giornata nazionale della previdenza*, agli sforzi che alcune compagnie stanno facendo sul fronte dei prodotti e dell'informazione previdenziale. Tutte iniziative che stanno avendo alterna fortuna, ma che certamente testimoniano quanto il mercato percepisca l'urgenza. La scelta delle compagnie spesso tende più a sensibilizzare, cercando di sviluppare un senso di necessità, che a proporre prodotti veri e propri. **Helvetia**, per esempio, ha pensato a un video graficamente molto accattivante, che strizza l'occhio al *graphic novel*, per spiegare molto concretamente i vantaggi di pensare subito, quando si è giovani, a un piano pensionistico. Il video, della durata di sei minuti, è proiettato durante i *Salotti Previdenziali*, momenti di incontro e informazione, organizzati nelle agenzie. La compagnia svizzera ha inoltre attivato dal 2009 un piano previdenziale a caricamento zero, *Helvetia Aequa*: una scommessa che finora ha fruttato 13 mila iscritti. Il nodo, dicevamo, è incrementare una domanda che dovrebbe nascere spontanea. Ma non è semplice, soprattutto in questi anni di crisi, riuscire ad anteporre il bisogno previdenziale ad altre necessità più quotidiane.

NEL 2012 UN MILIARDO DI NUOVI PIP

Da un'elaborazione di **Prometeia** su dati **Covip**, si evince che nel 2007, anno di esordio della riforma Maroni, l'adesione alle forme di previdenza integrativa è aumentata esponenzialmente per poi restare sostanzialmente invariata fino al 2012. Questo grazie appunto alle norme sulla cessione del Tfr. Gli unici strumenti che hanno continuato la loro corsa sono stati i nuovi **Pip**, che nel periodo 2007-2012 sono cresciuti in media del **29,6%**. Nel 2012 i nuovi contratti emessi valevano **un miliardo** di euro e la variazione anno su anno ha mostrato un incremento del 24,7%: un buon risultato, ma parliamo di briciole rispetto al bacino potenziale. Per quanto riguarda la distribuzione, il canale privilegiato sono gli agenti, che l'anno scorso hanno distribuito il 43% di nuovi Pip: segno che il lavoro di consulenza, prima ancora che di vendita, è molto apprezzato dai consumatori. Se questi dati sembrano imponenti, quelli sull'attività finanziaria complessiva delle famiglie italiane ridimensionano purtroppo il giudizio. Le famiglie nel 2012 hanno avuto attivi per **3.720 miliardi**, di questi solo il **2,7%** ha riguardato la previdenza complementare (99,5 miliardi).

NON SO RISPONDERE, NON MI INTERESSA

Resta evidente e centrale il problema culturale. Nonostante quasi l'80% degli italiani si dica molto o abbastanza preoccupato per la propria situazione previdenziale, solo il 5% dell'intero campione accantona per la

previdenza oltre il 16% di quanto guadagna in un anno, mentre il 22% non se ne interessa nemmeno. Per questi ultimi "la previdenza è un po' troppo lontana nel tempo". Risposte per certi versi aberranti e illogiche. Le altre criticità del sistema previdenziale riguardano il basso livello di adesione di giovani e donne; un'ampia platea di dipendenti pubblici che ancora non ha un fondo di riferimento; e le difficoltà delle Pmi nel trattamento del Tfr, perché per queste, il trattamento di fine rapporto dei dipendenti rappresenta una fonte importante di finanziamento. A chiudere la cornice, il livello di alfabetizzazione previdenziale è praticamente nullo: quanti sanno cosa vuol dire caricamento, accantonamenti, rivalutazioni, pilastro previdenziale?

ALL'ESTERO TRA APP ED EDUCATION

Alcuni di questi problemi appaiono estranei al perimetro d'azione delle compagnie e degli intermediari, ma altri li coinvolgono pienamente. Per esempio la creazione di una relazione innovativa, aumentando i momenti di contatto; utilizzare piattaforme digitali *mobile* e *pervasive*; attivare campagne di web marketing; ottimizzare le iniziative e le campagne commerciali in sintonia con la rete di agenzie. All'estero, anche in Paesi non anglosassoni dove l'educazione alla previdenza integrativa è altissima, si stanno facendo fondamentali passi avanti. Le compagnie spagnole **Mapfre** e la **Caixa** hanno sviluppato siti tematici e divulgativi con tool, quiz, giochi e supporti di consulenza mirati. In Francia è diffusa la comparazione, con servizi di analisi dei piani e newsletter per gli utenti; inoltre esistono anche servizi gratuiti di consulenza online. **Pfa**, un operatore danese, ha sviluppato uno tra i più evoluti strumenti di calcolo e di consulenza attraverso applicazioni su mobile e tablet per supportare le scelte di risparmio, investimento e assicurazione, per chi deve fare la scelta pensionistica.

	ADERENTI (mgl)	CAGR 07-12
TOTALE	5.895	+5,1%
NUOVI PIP	1.774	+29,6%
VECCHI PIP	573	-4,0%
APERTI	914	+4,1%
NEGOZIABILI	1.970	-0,2%
PREESISTENTI	664	-0,5%

Fonte: Prometeia su dati Covip