

DAL FINANCIAL AL WEALTH PLANNER

di LAURA SERVIDIO

ALLARGARE L'ORIZZONTE ALL'INTERO CICLO DI VITA DEI BISOGNI DI INVESTIMENTO E PROTEZIONE, IN UN MIX FINANZIARIO-ASSICURATIVO DI LUNGO TERMINE. UN POTENZIALE CHE IL MERCATO DEVE COGLIERE, AVVALENDOSI DI UNA CONSULENZA A TUTTO TONDO

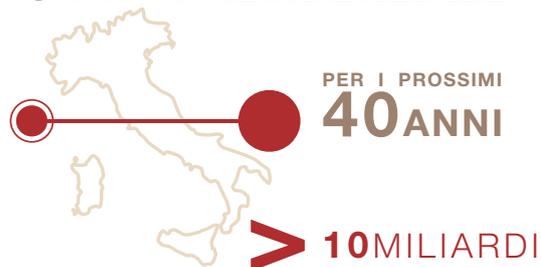
Per la prima volta al *Salone del Risparmio*, **Aviva** ha voluto dare un chiaro segnale della rilevanza che l'Italia ha nella strategia del gruppo.

Con un intervento focalizzato sulla finanza comportamentale, la compagnia ha sottolineato l'importanza di supportare il cliente nella pianificazione dell'investimento dei propri risparmi: l'incertezza del contesto economico, un welfare pubblico sempre più precario, l'invecchiamento della popolazione e gli accresciuti bisogni di assistenza, amplificano, infatti, la necessità di consapevolezza dei bisogni di protezione.

Da sempre attenta a questi temi, la compagnia sta concludendo una ricerca sul *gap* previdenziale in tutti i Paesi in cui opera. "A livello aggregato – dichiara **Alberto Vacca**, ceo of life entities and chief investment officer di Aviva – il gap in Italia, per i prossimi 40 anni, incluse le forme di previdenza complementare attualmente in essere, è stimabile in diverse decine di miliardi di euro. Ciò testimonia l'importanza del bisogno, ad oggi largamente sottovalutato dai risparmiatori, così come della grande opportunità che hanno le assicurazioni".

Offrire soluzioni capaci di soddisfare la necessità di lungo periodo del cliente, valorizzando la componente assicurativa accanto a quella finanziaria, resta la proposizione di prodotto di Aviva. "Penso alle multiramo che, oltre a coniugare la protezione dalla volatilità, tipica della gestione separata e l'offerta di equity sono state arricchite da garanzie accessorie: rinunciando a pochi *basis point* di rendimento annuale, è possibile proteggersi da alcune circostanze avverse, come la morte del capofamiglia, incidenti o mancanza di autosufficienza, evitando di intaccare i risparmi, ancorché finanziariamente bene investiti".

GAP PREVIDENZIALE



IL CLIENTE IN UNA PROSPETTIVA PIÙ AMPIA

In quest'ottica, anche il consulente finanziario deve cambiare, passando dal ruolo di *financial planner* a quello di *wealth planner*, guidando il cliente nella soddisfazione di tutte le esigenze all'interno del ciclo di vita, e comunicando in modo semplice e chiaro.

Tre i punti della ricetta Aviva per affrontare le sfide nel prossimo futuro: "allungare l'orizzonte di investimento per non cadere nella trappola dell'emotività; pensare al cliente in una prospettiva più ampia legata all'intero ciclo di vita; valorizzare il fattore di protezione affinché il risparmio sia tutelato da eventi avversi durante la vita".