

UN'ALLEANZA PER LA PREVIDENZA

di LAURA SERVIDIO

CONTINUA L'OPERA DI SENSIBILIZZAZIONE DELLA COMPAGNIA PER AIUTARE GLI ITALIANI A ORIENTARSI NELLA COMPLESSA NORMATIVA E AVER CHIARA LA PROPRIA SITUAZIONE PENSIONISTICA. UN'INIZIATIVA CHE STA DANDO BUONI FRUTTI, COME RACCONTA IL RESPONSABILE MARKETING, MARCO ODDONE



Mettere a disposizione di tutti la propria competenza ed esperienza. Anche quest'anno **Alleanza Assicurazioni**, compagnia specializzata nella previdenza e protezione delle famiglie, vuole sensibilizzare i cittadini italiani sull'importanza del proprio futuro pensionistico. Nonostante i giovani siano sempre più consapevoli che l'assegno pubblico difficilmente potrà essere sufficiente a garantire lo stesso tenore di vita, una volta conclusa l'attività lavorativa, la previdenza complementare stenta a decollare in Italia.

Ancora una volta, la compagnia aiuterà i cittadini italiani a orientarsi nella complessa normativa pensionistica e a interpretare correttamente la propria *Busta arancione* inviata dall'**Inps**, replicando l'iniziativa di consulenza gratuita, *Alleati per la previdenza*, lanciata lo scorso anno. Un'azione che, nel 2016, ha coinvolto 42mila famiglie, che hanno partecipato a 210 eventi



Marco Oddone, responsabile marketing & distribution di Alleanza



organizzati in tutta Italia dove, attraverso infopoint dedicati e corner nelle piazze, 15 mila consulenti hanno aiutato giovani e meno giovani a risolvere alcuni dubbi sul proprio futuro pensionistico.

“Dopo il successo dello scorso anno – spiega **Marco Oddone**, responsabile marketing & distribution di Alleanza – replichiamo questa iniziativa perché i cittadini chiedono maggiori certezze su un futuro pensionistico non sempre scontato; qui, il contributo dell’Inps è stato prezioso perché ha spinto i lavoratori a informarsi sulla propria posizione”.

Alleati per la previdenza nasce proprio perché tanti clienti, e non solo, dopo aver ricevuto la busta arancione, si sono rivolti ad Alleanza per chiedere informazioni e approfondimenti. “Grazie alla nostra distribuzione capillare – continua Oddone – ci auguriamo di riuscire a raggiungere ancora più famiglie italiane per aiutarle a orientarsi su questa materia, che è stata progressivamente modificata nel tempo”.

Dalla riforma Amato a quella Fornero, sono lontani i tempi in cui si andava in pensione con l'80% dell'ultima retribuzione. Tra le domande più frequenti degli italiani, oggi emerge il timore di non riuscire a mantenere lo stesso tenore di vita, così come di non avere mai una pensione o di non sapere cosa accadrà in caso di uscita anticipata dal lavoro.

UNA CONSULENZA IN REGALO

Da marzo, quindi, Alleanza torna nelle piazze italiane per fornire un *check up previdenziale* individuale e una consulenza personalizzata con l'obiettivo di diffondere un concetto fondamentale: è necessario avere una corretta conoscenza del proprio futuro pensionistico, per poter agire tempestivamente con eventuali azioni correttive.

NUMERI IN CRESCITA

Nel 2016, Alleanza Assicurazioni ha conseguito risultati in crescita: una nuova produzione a due miliardi di euro; una raccolta premi di 4,6 miliardi, in aumento del 2% rispetto al 2015; una raccolta netta vita di 1,4 miliardi (+25%) e un incremento a doppia cifra dei piani previdenziali (+38%), grazie proprio alla campagna di consulenza lanciata lo scorso anno, Alleati per la previdenza.

L'iniziativa prevede anche una fase di sensibilizzazione verso i propri clienti, i quali, il giorno del compleanno, riceveranno una mail con gli auguri e una consulenza in regalo: il servizio durerà, per tutti, fino alla fine dell'anno e coinvolgerà tutte le agenzie e i punti operativi della compagnia. "Visto che siamo riconosciuti dal mercato come esperti di previdenza – sottolinea Oddone – abbiamo il dovere di sensibilizzare tutti i cittadini sul loro futuro pensionistico".

Una strategia che sta portando buoni frutti: la compagnia continua a raggiungere risultati positivi in un contesto di mercato in contrazione, confermando, nel 2016, il record storico di due miliardi di premi di nuova produzione. In particolare, i piani individuali pensionistici (*Pip*) hanno segnato un incremento a doppia cifra (+38%) attestandosi a 115 milioni di euro, rispetto a una crescita complessiva del mercato pari al 18,8% (*fonte Covip*).

SEGUIRE L'ASSICURATO ANCHE DA REMOTO

Alleanza punta a *lasciare il segno* attraverso una *relazione amplificata*, cioè in grado di curare il cliente anche a distanza, attraverso l'utilizzo dei social media. Per questo, la compagnia, nell'anno appena trascorso, ha realizzato uno dei più grandi progetti di digitalizzazione della rete vendita nel settore assicurativo europeo: a oggi, 3.500 consulenti sono dotati di tablet e quindi in grado di servire i clienti a domicilio dando risposte tempestive alle esigenze di ognuno.

Infine, per quanto riguarda la previdenza, tra le soluzioni messe a punto c'è *Alleata previdenza*, pensata per chi vuole costruire una pensione complementare. "Si tratta – conclude Oddone – di un piano pensionistico che permette una gestione del risparmio dinamica, in quanto offre la possibilità di scegliere la soluzione finanziaria più adeguata al proprio profilo di rischio e alle proprie esigenze". 