

Intervista L'ad Maria Bianca Farina spiega le strategie di sviluppo previdenziali e assicurative

Poste vita punta a mantenere la leadership

Punti di forza

Il brand affidabilità e

e la rete capillare ed

ampia del Gruppo

37,7

Miliardi

La raccolta realizzata finora da Poste Vita con 3 milioni e mezzo di polizze

1999

Nascita

Poste Vita opera da dieci anni nel mercato «vita» come Compagnia Assicurativa



A.d.

Dal 2007 Maria Bianca Farina è amministratore delegato

Sarina Biraghi

s.biraghi@iltempo.it

■ «Sono molto soddisfatta del lavoro che abbiamo fatto anche se si può fare di più, si possono migliorare i progetti... Comunque ritengo che il nostro sia un vero successo considerato che in meno di dieci anni siamo diventati la prima compagnia del mercato "vita"».

Arrivata in Poste Italiane nel 2004 come direttore generale, Maria Bianca Farina è dal 2007 amministratore delegato di Poste Vita SpA., la compagnia assicurativa del Gruppo, con una raccolta complessiva realizzata finora di oltre 37,3 miliardi di euro a fronte di tre milioni e mezzo di polizze assicurative collocate.

Dottressa Farina, da cosa nasce il successo di una «giovane» compagnia che nel 2008, per il secondo anno consecutivo, ha avuto la leadership di compagnia assicurativa con oltre 5.522 milioni di euro di raccolta?

«Da un'importante intuizione. Siamo partiti con prodotti indirizzati su finanza e investimenti poi, credendo nel valore delle assicurazioni, abbiamo lanciato il nostro prodotto previdenziale

che vendiamo ad un target giusto di persone con una età media di 35 acquisendo una buonissima quota di mercato. Più recentemente abbiamo introdotto prodotti in grado di rispondere alle esigenze assicurative di protezione della persona e della famiglia, anche in caso di infortunio, ricovero per malattia, connotandoci sempre di più come compagnia assicurativa».

Nessuna crisi per voi?

«Certamente abbiamo risentito del mercato, tutti hanno avuto paura ed anche noi siamo stati più cauti nella vendita di alcuni prodotti».

Da cosa deriva la vostra forza?

«Poste Vita beneficia di due asset del gruppo. Il brand sicurezza e affidabilità, per cui la gente porta volentieri i propri risparmi alle poste; poi la rete capillare, straordinaria per ampiezza e vicinanza ai clienti. Ecco, proprio facendo leva sui punti di forza di Poste abbiamo lavorato su prodotti semplici, flessibili e comprensibili, molto adatti alla clientela del Gruppo». Insomma, un lavoro di squadra che premia Postevita SpA.

