

INTERVISTA | Bianca Maria Farina | Poste Vita

«Dal 2003 risparmiatori più protetti»



Bianca Maria Farina dal 2004 è al vertice operativo di Poste Vita

«Formazione di almeno 60 ore per chi vende Reclami? Pochi»

Bianca Maria Farina è amministratore delegato di Poste Vita. La società è diventata centrale nel business finanziario delle Poste ed è sempre più a contatto con i risparmiatori.

Fra le polizze in circolazione (vedi articolo nella pagina a fianco) alcune avevano come sottostante bond e relative società veicolo oggetto di declassamenti. Il cliente ne viene informato?

Desidero precisare che tutte le polizze di cui stiamo parlando si riferiscono a collocamenti effettuati nella gestione che ha avuto luogo tra il 2000 e 2002, fase storica di grandissima diffusione di questo tipo di prodotti da parte di diversi operatori. A partire dal primo trimestre del 2003, Poste Vita ha attentamente monitorato i prodotti in questione e con grande tempestività si è attivata per rafforzare le protezioni della propria clientela, investendo parecchi milioni di euro. Il risultato di questa azione è stato che, pur in presenza di alcuni fattori di rischio, questi prodotti non hanno mai subito perdite e hanno quotazioni superiori al premio versato. Tutto ciò in coerenza con la missione di tutela del risparmio che nella sua storia Poste ha sempre interpretato.

Quanto pesano le polizze indicizzate sul fatturato di Po-

ste Vita?

Dal 2000 ad oggi Poste Vita ha raccolto premi complessivi per 32,4 miliardi di euro di cui il 67% nel ramo I (con gestione separata del sottostante - ndr) e il restante 37% ramo III (index e unit linked - ndr), con un utile, sempre riferito all'intero periodo, di 312,5 miliardi di euro. La raccolta derivante da questi prodotti rappresenta meno del 5% del fatturato realizzato da Poste Vita nello stesso arco di tempo.

Più cresce la vostra presenza sul mercato, più è obbligata la necessità di formazione del personale negli sportelli autorizzati. Quali programmi avete previsto per rispondere correttamente alle esigenze dei clienti?

Prima di attivare un ufficio postale alla vendita dei prodotti finanziari è prevista un'attività formativa che coinvolge il personale addetto alla vendita, stiamo parlando di oltre 10mila persone con un significativo numero di ore di formazione. Per gli addetti all'intermediazione dei prodotti assicurativi un programma formativo di 60 ore ha coinvolto tutto il personale. Inoltre per tutti gli altri prodotti di risparmio e investimento sono previsti interventi informativi ad hoc in occasione del lancio.

C'è la necessità di definire il profilo del cliente, di informarlo del rischio incorporato. Che interventi avete previsto nell'eventualità di modifica dell'investimento?

La raccolta viene effettuata negli 11.700 uffici da personale adeguatamente formato da Poste Vita, con percorsi di formazione realizzati sia direttamente in aula da docenti ed esperti, sia via web, con l'utilizzo di materiale predisposto da Poste Vita. La formazione riguarda sia temi generali dell'attività assicurativa, sia l'approfondimento delle caratteristiche specifiche dei singoli prodotti.

Quanti sono stati i reclami per questi prodotti?

Negli ultimi tre anni si è registrata una media di 340 reclami l'anno, pari allo 0,013% dell'intero portafoglio polizze di Poste Vita.

P.Zu.

