

LA PAROLA AGLI ESPERTI

Speranza di ripresa per il 2010



Renato Mendola

Rappresentante in Italia di Clerical Medical

«Dopo due anni di forte contrazione, è difficile dire se si ritornerà ai livelli raggiunti in passato. Tuttavia ora che la crisi sembra alle spalle ritengo che per le unit, in particolare per le formule più tutelanti, ci sia ancora un futuro». È ottimista sul settore delle polizze finanziarie Renato Mendola, general manager per l'Italia di Clerical Medical, gruppo specializzato sulle unit linked che fa parte di Lloyds Banking Group la cui divisione assicurativa, a fine 2008, aveva in gestione 84 miliardi di euro a livello globale.

Dopo un 2009 all'insegna della sicurezza con il boom delle polizze tradizionali, c'è spazio nel 2010 per un ritorno delle unit?

Già a novembre e a dicembre si sono registrati segnali di recupero e gli operatori si stanno attrezzando con il lancio di nuovi prodotti. La ripresa sarà legata alla consapevolezza che il peggio della crisi è passato.

Anche voi come molti altri competitor

avete lanciato una polizza ad hoc per lo scudo, perché?

Si tratta di una polizza a premio unico innovativa con garanzie sottostanti e con una struttura di costi che consente di compensare il 5-6% richiesto per la riemersione.

E qual è la contropartita?

C'è solo un vincolo di cinque anni di permanenza, con la possibilità di smobilizzare il 10% ogni anno. New Generation Plus offre d'altro canto un'ampia gamma di fondi tra i quali si contraddistinguono i tre comparti Ga 70% -80%- 90% che garantiscono rispettivamente il 70%, l'80% e il 90% del picco massimo della performance registrata dal fondo. Per coniugare performance e sicurezza.

Si riescono a tenere sotto controllo anche i costi?

Il costo del fondo interno è dell'1,85% annuo che sale al 3% annuo come costo complessivo della polizza.

Non si rischia di vivere l'esperienza di altri prodotti che in passato sono implosi, diventando degli zero coupon?

A differenza dei prodotti implosi, non hanno scadenza ed essendo fondi open ended possono essere ribilanciati quotidianamente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«La crisi dei mercati ha spinto i prodotti tradizionali C'è interesse per le formule garantite dinamiche»

