ANNO 1, NUMERO 1, NOVEMBRE 2026

ISSN 3103-943X

onelife

LEGGERE IL PRESENTE, PROTEGGERE IL FUTURO



L'orizzonte delle scelte

Il futuro non si prevede, si prepara

di Alessandro Santoliquido e Annalisa Areni

Tra inflazione e incertezza, il valore della gestione separata

di Alessandro Caviglia e Domenico Tarsia

Da fabbrica prodotto a partner strategico

di Dino Renna

Competenze, cultura e connessioni

di Vittorio La Placa

unicreditlife.it UniCredit Life Insurance

UniCredit Life Insurance



“Perché il futuro non si può prevedere, ma si può preparare. E prepararlo, insieme, è la responsabilità e al tempo stesso il privilegio che ci guida ogni giorno nel nostro lavoro”.

Proteggere il presente, costruire il futuro

Viviamo in un’epoca caratterizzata da cambiamenti sempre più rapidi. Le trasformazioni economiche, demografiche e sociali stanno modificando il modo in cui le persone guardano al proprio futuro, al risparmio, alla previdenza e alla protezione della famiglia. In questo contesto emerge con forza un’esigenza comune: poter affrontare il domani con maggiore serenità e consapevolezza. È proprio qui che il settore assicurativo può esprimere il suo valore più autentico. Quando si parla di assicurazione, infatti, si pensa spesso a prodotti, soluzioni o strumenti finanziari. Ma il significato più profondo del nostro lavoro va oltre. Significa aiutare le persone a proteggere ciò che conta davvero: i propri affetti, i propri progetti, il patrimonio costruito nel tempo, gli obiettivi che si desidera raggiungere. Significa accompagnarle nelle diverse fasi della vita, offrendo risposte concrete a bisogni che evolvono insieme alle loro esigenze. In UniCredit Life Insurance crediamo che la protezione non debba essere considerata come una scelta da rimandare, ma come una componente essenziale della pianificazione finanziaria. Allo stesso modo, la previdenza rappresenta oggi uno strumento sempre più importante per costruire il proprio benessere futuro e affrontare con fiducia le sfide di lungo periodo. Per rispondere efficacemente a questi bisogni, non bastano prodotti innovativi. Servono ascolto, competenza e capacità di interpretare i cambiamenti. È grazie alla collaborazione con la rete UniCredit che possiamo trasformare ogni incontro con il cliente in un’occasione di dialogo e consulenza, costruendo soluzioni coerenti con le sue aspettative, i suoi obiettivi e il suo percorso di vita.

Questo magazine nasce con lo stesso spirito.

Abbiamo voluto creare uno spazio dedicato alla condivisione di idee, esperienze e punti di vista sui temi che caratterizzano il nostro settore. Uno strumento pensato per raccontare l’evoluzione del mondo assicurativo e previdenziale, valorizzare le competenze presenti all’interno di UniCredit Life Insurance e del Gruppo UniCredit di cui facciamo parte, e contribuire alla diffusione di una maggiore cultura della protezione.
Nelle prossime pagine troverete approfondimenti, testimonianze, progetti e iniziative che raccontano il contributo che, ogni giorno, le persone di UniCredit Life Insurance offrono ai colleghi, alla rete e soprattutto ai nostri clienti.
La nostra ambizione è che questo magazine diventi un luogo di confronto e ispirazione, capace di alimentare conoscenza, consapevolezza e dialogo.

Perché il futuro non si può prevedere, ma si può preparare. E prepararlo, insieme, è la responsabilità e al tempo stesso il privilegio che ci guida ogni giorno nel nostro lavoro.

Alessandro Santoliquido
CEO UniCredit Life Insurance e Head of UniCredit Group Insurance

In questo numero

3 **Il futuro non si prevede, si prepara**
di Alessandro Santoliquido e Annalisa Areni

5 **Tra inflazione e incertezza, la gestione separata resta l’ancora del portafoglio**
di Alessandro Caviglia e Domenico Tarsia

6 **L’evoluzione della bancassurance in UniCredit: da fabbrica prodotto a partner strategico**
di Dino Renna

7 **Competenze, cultura e connessioni: così ULI investe sul futuro della bancassurance UniCredit**
di Vittorio La Placa

Casa Editrice: GMR SRL, V. San Michele del Carso 1, 20144 Milano; info@fondiesicav.it; Direttore Responsabile: Alessandro Secciani, Direttore: Giuseppina Parini; **Stampa:** Tatak S.r.l.s. www.tatak.it. Supplemento del n. 188 di Fondi&Sicav, autorizzazione n. 297 dell’8 maggio 2008 del Tribunale di Milano. Le immagini riprodotte nella presente pubblicazione sono state selezionate e inserite dall’Editore GMR Srl Viale San Michele del Carso, 1 20144 Milano, Immagini usate su licenza di Shutterstock.com

Disclaimer: la presente pubblicazione è prodotta dall’Editore GMR Srl viale San Michele del Carso 1, 20144 Milano. Onelife è una pubblicazione periodica a cura di UniCredit Life Insurance S.p.A., con finalità informativa, divulgativa e promozionale sui temi assicurativi e previdenziali, rivolta principalmente ai dipendenti, collaboratori e stakeholder del Gruppo UniCredit e, ove resa disponibile, anche a soggetti esterni. I contenuti hanno carattere generale e non costituiscono consulenza, raccomandazione personalizzata, parere legale, fiscale, assicurativo, previdenziale, né un’offerta o un invito alla sottoscrizione di prodotti assicurativi o previdenziali. Eventuali riferimenti a prodotti o soluzioni assicurative e previdenziali hanno finalità informativa e promozionale. Per una descrizione completa delle caratteristiche, dei costi, dei rischi, delle limitazioni e delle condizioni contrattuali dei prodotti eventualmente richiamati, è necessario fare esclusivo riferimento alla relativa documentazione contrattuale e informativa precontrattuale prevista dalla normativa applicabile (Set Informativo, Documento contenente le Informazioni Chiave (KID), Nota Informativa), disponibile sul sito www.unicreditlife.it e tramite la rete distributiva UniCredit. Le opinioni, le stime e i dati contenuti nella presente pubblicazione riflettono valutazioni formulate alla data di chiusura editoriale del relativo numero, sono soggetti a modifiche senza preavviso e, ove tratti da fonti esterne, ne riportano la fonte e il periodo di riferimento. Con riferimento ai prodotti di investimento assicurativo il cui rendimento o valore sia collegato all’andamento dei mercati finanziari, il valore delle prestazioni può variare nel tempo e non è garantito, salvo quanto diversamente previsto dalla relativa documentazione contrattuale. Le performance passate non sono indicative di risultati futuri.La riproduzione, la distribuzione o l’utilizzo dei contenuti per finalità diverse da quelle sopra indicate non sono consentiti senza la preventiva autorizzazione di UniCredit Life Insurance S.p.A.. UniCredit Life Insurance S.p.A. è soggetta alla Vigilanza IVASS .

Il futuro non si prevede, si prepara

Dalla nascita di UniCredit Life Insurance all'evoluzione dei bisogni dei clienti, Alessandro Santoliquido, CEO UniCredit Life Insurance e Head of UniCredit Group Insurance e Annalisa Areni, Head of Client Strategies UniCredit, raccontano come cambia il ruolo dell'assicurazione all'interno del Gruppo UniCredit.



Alessandro Santoliquido
CEO UniCredit Life Insurance e Head of UniCredit Group Insurance



Annalisa Areni
Head of Client Strategies UniCredit

La nascita di UniCredit Life Insurance attraverso l'integrazione tra ULI e UVA rappresenta una tappa importante del percorso assicurativo del Gruppo UniCredit. Quale cambiamento ha portato questa evoluzione e quale opportunità apre per il futuro della compagnia?
Santoliquido - La nascita di UniCredit Life Insurance rappresenta molto più di una fusione societaria: è la costruzione di una realtà assicurativa con l'ambizione di diventare un punto di riferimento nel mercato Vita italiano. L'integrazione tra le competenze e le esperienze di ULI e UVA ci ha consentito di creare una struttura più solida, efficiente e orientata alla qualità del servizio, generando importanti benefici operativi e una maggiore capacità di investimento sull'innovazione di prodotto. Ma il vero valore di questa evoluzione guarda al futuro. Significa poter contare su una scala, su competenze e su una visione che ci permettono di accompagnare con ancora maggiore efficacia le esigenze dei clienti in un contesto in continua trasformazione. Continueremo a rafforzare la nostra offerta per essere sempre più vicini alle persone, ai loro obiettivi e ai loro progetti di vita. Per cominciare, nel prossimo anno completeremo anche la nostra offerta sulla Previdenza con la creazione di un fondo pensione aperto e la revisione degli attuali PIP (Piani Individuali di Previdenza).

Oggi ULI è parte integrante del modello di business UniCredit. Cosa significa, concretamente, essere una compagnia assicurativa all'interno di uno dei principali gruppi bancari europei?
Santoliquido - Significa poter unire la consulenza bancaria e la protezione assicurativa in un modello integrato che mette il cliente al centro. Far parte di UniCredit ci consente di valorizzare una delle reti distributive più qualificate del Paese e di accompagnare i clienti con una consulenza sempre più completa.
Allo stesso tempo, possiamo contare sulla forza di un grande Gruppo europeo: una solida disponibilità di capitale, una visione di lungo periodo e importanti sinergie con le altre fabbriche prodotto, a partire dall'asset management. L'accesso a competenze bancarie, finanziarie e di investimento di alto livello rafforza inoltre la nostra capacità di innovare e sviluppare soluzioni sempre più efficaci per rispondere ai bisogni dei clienti. È proprio questa combinazione di solidità, competenze specialistiche e integrazione con il Gruppo che rende UniCredit Life Insurance un partner affidabile per costruire e proteggere il futuro delle persone.

Negli ultimi anni inflazione, volatilità e incertezza hanno cambiato il modo in cui le persone guardano al futuro. Quali bisogni emergono con maggiore forza dai clienti?
Santoliquido - In uno scenario economico sempre più complesso e incerto, le persone cercano punti di riferimento affidabili per pianificare il proprio futuro. Per questa ragione, protezione e investimento devo-





no essere parte di una strategia integrata, capace di coniugare sicurezza, flessibilità e crescita del patrimonio.
I clienti vogliono soluzioni che li aiutino a cogliere le opportunità dei mercati senza rinunciare alla tutela dei propri obiettivi di vita. È qui che le soluzioni assicurative esprimono il loro valore distintivo: offrire risposte personalizzate, diversi livelli di protezione per la persona e per gli investimenti e un equilibrio efficace tra rendimento e serenità.

Guardando avanti, quale vorrebbe fosse il contributo distintivo di UniCredit Life Insurance nella vita dei clienti e nel successo del Gruppo?
Santoliquido - L'ambizione è che UniCredit Life Insurance diventi un punto di riferimento nel panorama assicurativo italiano, distinguendosi per la capacità di anticipare i bisogni dei clienti e accompagnarli insieme alla Banca con competenza, innovazione e affidabilità nelle scelte più importanti della loro vita. Una compagnia solida, moderna e sempre più protagonista nel costruire soluzioni di protezione, previdenza e investimento capaci di generare valore nel tempo.
In questo percorso, vogliamo essere un acceleratore del modello UniCredit, valorizzando le sinergie del Gruppo e mettendo le nostre competenze assicurative al servizio di una proposta sempre più completa ed efficace. Perchè il successo di UniCredit Life Insurance coincide con la nostra capacità di creare valore per i Clienti e per il Gruppo.

Se la fusione ha rappresentato una trasformazione per la Compagnia, cosa è cambiato dal punto di vista della relazione con i clienti e della capacità della rete UniCredit di proporre soluzioni assicurative?
Areni - La fusione ha ulteriormente rafforzato la nostra vicinanza ai clienti: presentarci alla clientela con un unico interlocutore di riferimento rappresenta un moltiplicatore di efficacia che ha innalzato in modo tangibile i nostri standard di customer satisfaction. Questo nuovo assetto ci consente di ascoltare meglio le esigenze di colleghi e clienti, accelerando i processi decisionali e il time-to-market delle soluzioni: ne è un esempio la linea Premium One per la clientela Private e Wealth Management. Al contempo, abbiamo massimizzato le sinergie, lavorando in stretta connessione con la view di Group Investment Strategy per la gestione dei Fondi Interni Assicurativi, garantendo un posizionamento d'eccellenza lungo tutta la catena del valore.

In un mondo sempre più digitale, perché la consulenza continua a fare la differenza quando si parla di protezione, investimento e previdenza?
Areni - In UniCredit consulenza e innovazione digitale non sono in antitesi: sono le due componenti complementari del nostro modello omnicanale. I clienti desiderano interagire con la banca attraverso il canale che ritengono più comodo in ogni momento e il nostro obiettivo è accompagnarli lungo tutto il percorso con la massima flessibilità. La tecnologia non sostituisce la relazione, la rende più accessibile e continua: ciò è particolarmente vero nel mondo assicurativo, dove alla componente finanziaria si affiancano aspetti di protezione, pianificazione e gestione dei rischi. È qui che il fattore umano, tramite il digitale, fa la differenza: il dialogo con un professionista supporta il cliente nell' approfondire i suoi bisogni, il valore e i benefici delle soluzioni proposte sulla base del suo progetto di vita.

La forza del modello UniCredit è l'integrazione tra banca e assicurazione. In che modo questa sinergia crea valore concreto per i clienti?
Areni - La bancassurance di UniCredit unisce visione e competenze sotto un unico disegno strategico: rispondere in modo organico ai progetti di vita di famiglie e imprese. Questo approccio si traduce in una consulenza a 360 gradi che supera definitivamente la logica di prodotto a silos, integrando strumenti finanziari e soluzioni assicurative. Tale sinergia consente di presidiare con massima efficacia temi cruciali come la tutela del patrimonio, il passaggio generazionale, la protezione del nucleo familiare e la pianificazione previdenziale. Per il cliente, questo significa affidarsi a un unico partner di riferimento, capace di decodificare la complessità dei suoi bisogni e trasformarli in strategie patrimoniali su misura e sostenibili.

Se dovessi indicare un ambito in cui il mercato assicurativo italiano ha ancora un forte potenziale di sviluppo, quale sarebbe e perché?
Areni - Il tema della longevity ridefinisce profondamente i bisogni sociali ed economici, aprendo un potenziale di sviluppo lungo tre direttrici chiave. Il primo è la non autosufficienza attraverso le coperture Long-Term Care (LTC): la transizione demografica rende sempre più rilevante la disponibilità di coperture in grado di sostenere le famiglie nei casi di non autosufficienza. Il secondo ambito è la previdenza: esiste un significativo potenziale di diffusione, sia in termini di numero di aderenti, sia di risorse destinate alla costruzione di una pensione integrativa. Infine, l'integrazione tra protezione e investimenti: i clienti chiedono sempre più spesso soluzioni capaci di preservare il patrimonio e, al tempo stesso, valorizzarlo nel lungo periodo. È un'evoluzione destinata a trasformare il ruolo stesso della consulenza, consentendo di affiancare alla ricerca del rendimento la tutela della persona e del suo patrimonio.

Tra inflazione e incertezza, la gestione separata resta l'ancora del portafoglio

Alessandro Caviglia, Chief Investment Officer di UniCredit, e Domenico Tarsia, Chief Investment Officer di UniCredit Life Insurance, condividono la loro visione su scenario economico e strategie di mercato.



Alessandro Caviglia
Chief Investment Officer Italy UniCredit



Domenico Tarsia
Chief Investment Officer ULI

Quali sono oggi i principali trend che stanno guidando i mercati finanziari?
Caviglia - L'evoluzione del conflitto in Medio Oriente continua a generare incertezza, ma il nostro scenario centrale prevede una graduale normalizzazione dei prezzi di petrolio e gas. Resta invece più persistente il tema dell'inflazione, che stimiamo intorno al 4%, sia in Europa, sia negli Stati Uniti. Per questa ragione BCE e Fed mantengono un approccio prudente; non escludiamo ulteriori interventi sui tassi nel corso del 2026.

Quali rischi e opportunità vede oggi per gli investitori?
Caviglia - Sul fronte obbligazionario, il rialzo dei rendimenti ha riportato il mercato su livelli che non si vedevano da oltre 15 anni. Pur in presenza di rendimenti interessanti, continuiamo a preferire le scadenze brevi e intermedie dell'area euro. Sui mercati azionari restiamo invece costruttivi: gli utili continuano a sostenere le valutazioni e, pur non escludendo fasi di volatilità, non vediamo al momento segnali di deterioramento strutturale.

Quali indicazioni emergono per gli investimenti di medio-lungo periodo?
Caviglia - In contesti come quello attuale, la diversificazione resta il principale alleato degli investitori. I mercati azionari continuano a essere sostenuti dalla crescita degli utili aziendali e, pur non escludendo fasi temporanee di volatilità, non vediamo oggi segnali tali da compromettere il quadro di fondo. La nostra strategia globale si basa su una ripartizione 55-25-20: 55% negli Stati Uniti, che restano il motore della rivoluzione tecnologica; 25% nei Paesi Emergenti, dove innovazione, crescita industriale e sviluppo economico offrono opportunità interessanti; 20% in Europa, selezionando aziende con brand consolidati e presenza internazionale. A livello settoriale continuiamo a privilegiare tecnologia e filiera industriale, protagoniste del prossimo ciclo di innovazione e crescita. Costruire portafogli equilibrati e orientati al lungo termine resta la strategia più efficace.

Come si traducono queste dinamiche nella strategia di UniCredit Life Insurance?
Tarsia - In scenari caratterizzati da volatilità e incertezza, la gestione separata conferma il proprio ruolo di elemento stabilizzante del portafoglio, in particolare nei prodotti multiramo. Per questa ragione rafforziamo la nostra offerta con il lancio di Protection Global Plus, Mixa Protection One e Mixa Selection. La principale novità riguarda la componente di Ramo I: tutti i prodotti potranno beneficiare di due gestioni separate, un'evoluzione che aumenta la diversificazione con l'obiettivo di offrire ai clienti soluzioni sempre più efficaci nel coniugare protezione, stabilità e rendimento nel lungo periodo.

Perché oggi una soluzione assicurativa è sempre più centrale nella pianificazione patrimoniale?
Tarsia - Perché una polizza vita offre molto più di un rendimento finanziario. Combina protezione assicurativa, vantaggi fiscali e pianificazione successoria. Le nuove soluzioni consentono inoltre di costruire percorsi personalizzati grazie a strumenti di diversificazione, opzioni di protezione del capitale, rendita, versamenti aggiuntivi e una gestione flessibile dell'investimento. In una logica di consulenza di valore, la gestione separata rappresenta una componente fondamentale del portafoglio: contribuisce a contenere la volatilità, preservare il patrimonio e migliorare l'equilibrio tra rischio e rendimento, soprattutto se integrata con altri strumenti finanziari.

Come sta evolvendo il vostro modello di investimento?
Tarsia - Stiamo rafforzando il presidio interno sugli investimenti attraverso specialisti dedicati alle diverse asset class e un approccio core-satellite. La componente core assicura stabilità e controllo tramite investimenti diretti, mentre quella satellite amplia le opportunità di diversificazione e rendimento attraverso fondi selezionati. Parallelamente, stiamo introducendo un'esposizione graduale ai private market, coerente con il nostro ruolo di investitore di lungo termine: è un percorso sviluppato in stretta sinergia con UniCredit e con la rete distributiva per offrire soluzioni integrate e rafforzare il ruolo di UniCredit Life Insurance nella protezione e valorizzazione del patrimonio dei clienti. In sintesi, dalla lettura dei mercati alla costruzione delle soluzioni di investimento, scenario e strategia convergono in un unico obiettivo: aiutare i clienti ad affrontare il futuro con maggiore consapevolezza, protezione e prospettive di crescita nel tempo.



Dino Renna
Chief Commercial Officer ULI

L'evoluzione della bancassurance in UniCredit: da fabbrica prodotto a partner strategico

Soluzioni, competenze e consulenza per creare valore nel tempo.

Da Torino 2025 a oggi, UniCredit Life Insurance ha accelerato il proprio percorso di trasformazione: da fabbrica prodotto a partner strategico della rete UniCredit. Un'evoluzione fatta di innovazione, formazione e supporto costante, con un obiettivo chiaro: aiutare i consulenti a generare ancora più valore per i clienti.
Un anno fa, durante il workshop di Torino, ci siamo dati una direzione chiara e ambiziosa: evolvere da semplice fabbrica prodotto a partner strategico della rete UniCredit.
Non si trattava solo di sviluppare nuove soluzioni, bensì di ripensare il nostro ruolo, di essere sempre più vicini alla rete, supportandola nella costruzione di relazioni solide e durature con i clienti.
Da allora abbiamo tradotto questa visione in azioni concrete, lavorando lungo tre direttrici fondamentali: innovazione dell'offerta, sviluppo delle competenze e vicinanza. Tre leve che continuano a guidare ogni nostra scelta. L'Annual Meeting di Rimini 2026 rappresenta una nuova tappa di questo percorso. Le nuove soluzioni Protection Global Plus, Mixa Protection One e Mixa Selection One nascono proprio con questa logica: offrire ai clienti maggiore protezione, più flessibilità e l'ampliamento delle opportunità di investimento grazie alla nuova gestione di GIS, rafforzando ulteriormente il valore del modello di bancassurance che integra la forza distributiva di UniCredit con competenze finanziarie/assicurative specialistiche di eccellenza.
Ma il nostro sguardo va oltre il presente. La roadmap che ci accompagnerà fino al 2027 prevede lo sviluppo di nuove soluzioni previdenziali, l'evoluzione delle Unit Linked e il rinnovamento dell'offerta di protezione. Un percorso che punta a rendere l'offerta sempre più coerente con i bisogni dei clienti e con il ruolo consulenziale della Banca.
Perché siamo molto convinti che oggi il valore non risiede soltanto nei prodotti.



Viviamo in un mondo in cui le persone hanno accesso a più informazioni che in qualsiasi altro momento della storia. Eppure, avere più informazioni non significa necessariamente avere maggiore consapevolezza. I clienti si trovano ogni giorno di fronte a scelte sempre più complesse: proteggere la famiglia, pianificare il futuro previdenziale, tutelare il patrimonio, affrontare i rischi della longevità.
È qui che emerge il ruolo distintivo del consulente. La vera differenza non consiste nel fornire risposte preconfezionate, ma nell'aiutare le persone a porsi le domande giuste. Una consulenza di qualità è prima di tutto un percorso di consapevolezza. Come UniCredit Life Insurance, vogliamo essere il partner che rende possibile questo percorso, fornendo strumenti, competenze, formazione e soluzioni che aiutino la rete a sviluppare conversazioni sempre più rilevanti, profonde e ad alto valore aggiunto.
Perchè è così che si genera il circolo virtuoso su cui si fonda il nostro modello: una consulenza di qualità crea fiducia; la fiducia costruisce relazioni durature; le relazioni durature generano valore sostenibile per i clienti, per la rete e per l'intero ecosistema UniCredit.
In un mondo in cui le risposte sono ovunque, il vero valore non sta nel fornire più informazioni, ma nell'aiutare i clienti a comprendere ciò che conta davvero per il loro futuro.
Questa è la direzione che abbiamo scelto. Non un punto di arrivo, ma un percorso.
E siamo convinti che il meglio debba ancora venire!

Competenze, cultura e connessioni: così ULI investe sul futuro della bancassurance UniCredit

La formazione è uno degli investimenti strategici con cui UniCredit Life Insurance sostiene l'evoluzione della bancassurance e la crescita professionale della rete commerciale. Abbiamo sviluppato un ecosistema che unisce competenze tecniche, capacità relazionali e vicinanza ai clienti. Ne parliamo con Vittorio La Placa, Direttore Commerciale, Marketing e Distribuzione di ULI.



Vittorio La Placa
Direttore Commerciale, Marketing e Distribuzione ULI

Perché avete deciso di investire in modo così strutturato sulla formazione?
Perché oggi la consulenza assicurativa richiede competenze specialistiche e una crescente capacità di interpretare bisogni in continua evoluzione. Per questo motivo investiamo nello sviluppo continuo del capitale umano lungo tre direttrici: comprendere i nuovi fenomeni sociali, comunicare in modo sempre più efficace i contenuti assicurativi e previdenziali e rafforzare la relazione con il cliente. Per far ciò, cooperiamo con i colleghi del business, UniCredit Corporate University, Banking Academy, ESG Italy di UniCredit, facciamo scouting di collaborazioni strategiche esterne e lavoriamo sulla comunicazione. Inoltre, un ruolo fondamentale è svolto anche dai nostri Senior Account Manager che, grazie al costante contatto con la rete e con il territorio, ci aiutano a progettare percorsi formativi sempre più concreti e vicini alle esigenze operative. Questo è un esempio di come tutti noi, come Gruppo UniCredit, mettiamo a fattore comune competenze, esperienze e relazioni per creare valore condiviso.

Quali sono le principali aree tematiche su cui si concentra la formazione dedicata?
L'offerta copre tutti gli ambiti chiave della bancassurance Vita, dalla protezione alla previdenza complementare, dagli investimenti assicurativi alla pianificazione patrimoniale e successoria. Accanto alle competenze tecniche affrontiamo anche temi trasversali come, ad esempio, neuroscienze applicate alla relazione con il cliente. L'obiettivo è sviluppare professionisti capaci di coniugare competenza specialistica e capacità relazionale, per offrire una consulenza sempre più efficace e vicina ai bisogni delle persone.

Nel catalogo formativo, sviluppato insieme a UniCredit Corporate University, trovano spazio anche metodologie formative innovative. Quanto conta oggi l'esperienza di apprendimento?
Conta moltissimo. Oggi imparare significa sperimentare, confrontarsi e mettersi in gioco. Per questa ragione abbiamo introdotto format che spaziano dagli expert talk all'immersive learning, dal team coaching alle digital workout. Vogliamo stimolare curiosità, contaminazione di idee e apprendimento continuo per trasformare la formazione in un'esperienza capace di tradursi immediatamente in valore per la consulenza e in una relazione ancora più efficace con il cliente.

L'impegno di ULI sulla formazione non si ferma però ai confini aziendali. Quale valore hanno le iniziative rivolte all'esterno?
Rappresentano un tassello importante della nostra responsabilità sociale. Attraverso la collaborazione con Banking Academy, ESG Italy di UniCredit promuoviamo una maggiore consapevolezza su protezione, previdenza e pianificazione del futuro, partendo dalle grandi aziende: la prima iniziativa coinvolgerà General Electric Italy e i suoi oltre 11.500 dipendenti, per poi estendersi a scuole, università, enti e associazioni di categoria. Lo stesso impegno si riflette anche nelle nostre scelte ESG: privilegiamo doni territoriali sostenibili a fianco dei gadget tradizionali, valorizzando aziende clienti impegnate in progetti a impatto sociale. In entrambi i casi, l'obiettivo è creare valore concreto per le persone e per le comunità che serviamo.

Un altro elemento distintivo è il network di partnership costruito negli ultimi anni. Quali collaborazioni ritiene particolarmente significative?
Crediamo molto nel confronto con il mondo accademico, della ricerca e delle professioni. Facciamo costante scouting e sviluppiamo partnership e iniziative con realtà come IULM, UNIMI, CETIF, EUMETRA, MEFOP, EFPA, IRCCS Ospedale San Raffaele, Il Sole 24 Ore e Deloitte, mantenendo inoltre un dialogo costante con ANIA per seguire l'evoluzione del settore assicurativo. Un network che rafforza il nostro patrimonio di competenze e contribuisce a creare un ecosistema sempre più qualificato, dove il confronto e la contaminazione di idee diventano motori di innovazione e crescita.

Guardando al futuro, su quali progetti state puntando?
Continueremo a investire in innovazione e qualità delle competenze.
Tra i progetti in corso, la certificazione degli specialisti delle soluzioni Protezione, Vita, Danni e Investimento, sviluppata con CETIF e Banking Academy, ESG Italy di UniCredit, e un percorso di specializzazione dedicato alla previdenza. Crediamo infatti che la preparazione delle persone rappresenti il principale fattore distintivo per accompagnare l'evoluzione del mercato e offrire una consulenza sempre più qualificata ai clienti. Competenze, relazione e visione: è da qui che nasce il valore di domani.

Insight previdenza

Norme che evolvono, bisogni che cambiano: la previdenza complementare si conferma uno strumento sempre più attuale per affrontare le trasformazioni demografiche e sociali. Le recenti disposizioni COVIP introducono nuove opportunità per gli aderenti.

PRINCIPALI NOVITÀ NORMATIVE

RENDITA A DURATA DEFINITA	Possibilità di ricevere la prestazione pensionistica sotto forma di rendita per un numero di anni prefissato, proporzionato all'aspettativa di vita residua.	**Adozione entro 1.07.2026**
PRELIEVI LIBERAMENTE DETERMINABILI	L'aderente potrà richiedere prelievi periodici dell'importo desiderato entro i limiti del montante disponibile.	**Adozione entro 1.07.2026**
EROGAZIONE FRAZIONATA DEL CAPITALE	Possibilità di ricevere il montante accumulato attraverso erogazioni programmate per almeno cinque anni.	**Adozione entro 31.10.2026**

COSA CAMBIA PER I FONDI PENSIONE?

Le nuove disposizioni introducono maggiore flessibilità nella fase di utilizzo della posizione previdenziale e rafforzano l'attenzione ai percorsi Life Cycle e Glide Path, pensati per accompagnare l'aderente lungo tutto il ciclo di vita dell'investimento.

UNO SGUARDO AL FUTURO

I cambiamenti normativi si inseriscono in un contesto che rende la previdenza complementare sempre più centrale:

- gli iscritti alla previdenza complementare hanno superato i 10 milioni;
- le nuove adesioni ai PIP continuano a crescere;
- entro il 2050 oltre un terzo della popolazione italiana avrà più di 65 anni;
- aumenta la richiesta di soluzioni che affianchino la pensione pubblica e consentano una gestione graduale del capitale accumulato.

Più longevità, percorsi lavorativi meno lineari e nuove esigenze di protezione rendono la previdenza uno dei temi chiave per il futuro delle persone e delle famiglie.



GUARDARE AVANTI, INSIEME

Dalla protezione alla previdenza, dall'innovazione alla consulenza, emerge una visione chiara: l'importanza di accompagnare le persone nelle decisioni che contano, lungo ogni fase della loro vita.
È questa l'ambizione di UniCredit Life Insurance: essere un partner strategico capace di trasformare bisogni, obiettivi e aspirazioni in percorsi concreti di pianificazione del futuro.
Come parte del Gruppo UniCredit, uniamo la solidità di una grande realtà internazionale a competenze specialistiche e soluzioni assicurative evolute, per offrire una consulenza integrata che combina vicinanza, competenza e creazione di valore nel tempo.

Perché il futuro non si attende, si costruisce. Insieme.