

La strategia di crescita di Athora Italia, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora

LINK: <https://www.ilsolo24ore.com/art/la-strategia-crescita-athora-italia-compagnia-assicurativa-vita-gruppo-athora-AIAZmzuB>



La strategia di crescita di Athora Italia, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora

Athora Italia è una Compagnia specializzata in assicurazioni vita, con oltre cinquant'anni di esperienza nel mercato italiano. Fa parte del Gruppo Athora, eccellenza europea nei servizi di risparmio assicurativo e...

Athora Italia è una Compagnia specializzata in assicurazioni vita, con oltre cinquant'anni di esperienza nel mercato italiano. Fa parte del Gruppo Athora, eccellenza europea nei servizi di risparmio assicurativo e previdenza, con circa 3 milioni di clienti e 139 miliardi di euro di asset in gestione e amministrazione in cinque Paesi¹.

In Italia, Athora dal 2022 ha avviato un percorso di sviluppo con l'ambizione di diventare un player di riferimento nel mercato assicurativo vita. La specializzazione nel ramo vita rappresenta una scelta

strategica distintiva, che ci consente di mettere a sistema competenze verticali consolidate e una profonda conoscenza del mercato in cui operiamo. Questo approccio si traduce nella capacità di sviluppare soluzioni assicurative in grado di rispondere in modo completo e innovativo ai bisogni di risparmio e investimento, previdenza e protezione dei clienti, garantendo un equilibrio efficace tra sicurezza e rendimenti.

Il core business della Compagnia è il risparmio assicurativo, con particolare riferimento ai prodotti di Ramo I. Il motore finanziario di queste soluzioni è la Gestione Separata Athora Risparmio Protetto che, con circa 700 milioni di euro di attivi, ha certificato a ottobre 2025 un rendimento lordo del 4,55%, tra i migliori del mercato vita italiano, a testimonianza della solidità della nostra strategia e dell'impegno costante nella tutela e valorizzazione dei

risparmi dei clienti.

Una direttrice strategica fondamentale è rappresentata dallo sviluppo delle partnership distributive. Athora Italia distribuisce i propri prodotti attraverso una rete ampia e diversificata che comprende banche, reti di consulenza finanziaria e private banking, broker, agenzie e piattaforme di comparazione. La selezione dei partner si basa su una visione condivisa e sulla volontà di costruire relazioni di lungo periodo orientate alla crescita reciproca. In questa logica si inseriscono gli accordi in esclusiva siglati con importanti istituti bancari come BdM Banca, Cassa di Risparmio di Orvieto e, più recentemente, Banca di Credito Popolare e Banca del Fucino, realtà solide e fortemente radicate nei territori.

Sugli stessi territori e, più in generale, a livello nazionale, la Compagnia si è anche attivata per il posizionamento del brand

con una importante campagna di comunicazione cross mediale su TV, OOH, Digital e stampa nazionale, locale e di settore che le ha consentito di aumentare in breve tempo la propria notorietà sul pubblico di riferimento.

Accanto allo sviluppo del business, Athora Italia attribuisce un ruolo centrale all'educazione finanziaria, riconosciuta come un'esigenza concreta e crescente per le famiglie italiane. In collaborazione con Nomisma, la Compagnia ha dato vita all'Osservatorio Look to the Future, un'indagine permanente che analizza il sentiment degli italiani sui temi del risparmio, degli investimenti, della previdenza e della protezione restituendo spesso la fotografia di un Paese che guarda al domani con sentimenti contrastanti, tra la consapevolezza dell'allungamento della vita e i timori diffusi legati ad esempio alla incapacità di far fronte alle spese future o alla non autosufficienza. L'Osservatorio, ormai diventato un punto di riferimento a livello nazionale, ha evidenziato con chiarezza il bisogno di rafforzare la cultura finanziaria, in particolare tra le generazioni più giovani e gli under 35.

In questo contesto Athora Italia ha avviato già da

tempo diversi progetti di educazione finanziaria, sviluppando contenuti dedicati sui propri canali digitali e promuovendo un roadshow universitario che ha coinvolto diversi e prestigiosi atenei italiani. In coerenza con il proprio impegno verso le nuove generazioni e la responsabilità sociale, la Compagnia ha avviato una partnership di rilievo con la Serie A Women, di cui è diventata Title Partner per il prossimo biennio. Una scelta che guarda al futuro con fiducia: il calcio femminile non è solo una competizione sportiva, ma un movimento culturale e sociale capace di parlare alle giovani generazioni, coinvolgere famiglie e comunità e promuovere valori condivisi come inclusione, empowerment femminile e visione di lungo periodo.

Su questa piattaforma di valore Athora Italia ha costruito un ecosistema articolato di progetti: tra le prime iniziative, la campagna "Violence is not a game", lanciata in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza di genere; la nuova campagna TV, che valorizza il ruolo della Compagnia come partner capace di accompagnare le persone nel tempo; Young Finance, il podcast di educazione

finanziaria realizzato in collaborazione con il Sole 24Ore e, da ultimo, il progetto editoriale "A parità di pagine", che ogni settimana, fino a fine campionato, darà ampia visibilità al movimento calcio femminile sui principali quotidiani sportivi.¹ Dati pro forma al 30/6/2025 relativi all'acquisizione di Pension Insurance Corporation Group ("PICG"). Operazione approvata dalle autorità regolamentarie competenti, con completamento previsto per il 27 marzo.