

PRIMO PIANO

Sanità, le polizze non decollano

Non è un mistero il fatto che nel nostro Paese le polizze sanitarie stentino a decollare. A mostrare, numeri alla mano, il trend attuale delle famiglie italiane è stata la Banca d'Italia, che ha recentemente reso pubblici i dati raccolti nel 2014 con l'indagine sui bilanci delle famiglie italiane. I numeri della ricerca, ripresi sull'ultimo numero di Ania Trends (newsletter dell'ufficio studi dell'Ania) dicono che la diffusione delle coperture sanitarie è diminuita in modo evidente tra le famiglie residenti nel nord e nel centro Italia, dove i nuclei familiari in cui era presente almeno una polizza malattia sono scesi (al nord dal 5,5% del 2012 al 4,8 nel 2014; al centro dal 4,8% al 3,5%); in controtendenza le regioni del sud, dove il trend si mostra in lievissimo aumento (dallo 0,7% allo 0,8%). La diffusione delle polizze sanitarie professionali ha mostrato caratteristiche simili, registrando un calo consistente (dall'8,5% al 7,7%) tra i lavoratori autonomi, e ancor più marcato tra i lavoratori dipendenti (dal 4,1% al 3,1%).

L'Ania, tuttavia, sottolinea che la modalità di rilevazione con cui è stata effettuata l'indagine "tende a sottostimare in modo significativo il numero di coperture", in quanto quelle offerte dal datore di lavoro "generalmente non comportano una spesa diretta da parte del beneficiario della polizza".

B.M.

WELFARE

Stato sociale, una coperta troppo corta

L'intreccio fra pubblico e privato può rappresentare lo spartiacque per le necessarie trasformazioni della società

Il *welfare state* italiano si trova oggi in mezzo a due grandi pressioni che segnano e influenzano il grado della sua efficacia. Da un lato, la *spending review* e i vincoli di bilancio hanno, inevitabilmente, inciso sugli interventi a carattere sociale, provocando una contrazione della quantità e della qualità delle prestazioni. Dall'altro, le crescenti difficoltà del soggetto pubblico nel fornire una risposta puntuale sia ai nuovi rischi (precarità lavorativa, aumento dei bisogni di cura per anziani e non autosufficienza, conciliazione vita-lavoro), sia alle nuove forme di povertà emergenti, come ad esempio quella educativa ed alimentare. Un quadro, questo, che emerge con tutta la sua evidenza dal secondo rapporto del 2015 sul *Secondo welfare in Italia*, redatto dal centro di ricerca e documentazione **Einaudi**. Da qui la necessità di volgere lo sguardo sul processo di trasformazione dello Stato sociale in Italia, guardando in particolare alle misure e alle iniziative cosiddette di *secondo welfare*: ossia realizzate attraverso l'uso di risorse non pubbliche provenienti da imprese, fondazioni, associazioni e altri enti del Terzo settore. Invero, occorre preliminarmente distinguere sul piano concettuale la nozione di secondo welfare: da non intendersi come sostituto del welfare state nella sua accezione classica, ma come un complemento, un'integrazione, un ponte con il *primo welfare*. Vale a dire che interviene laddove il primo è lacunoso o addirittura assente. E, soprattutto, completa gli schemi e i programmi pubblici già esistenti, accrescendo così la capacità di risposta a rischi e bisogni sociali.

LA LEADERSHIP DELL'INDUSTRY ASSICURATIVA

Allo stato attuale, analizzando la ricerca, si registra un consolidamento del secondo welfare nella sanità, soprattutto grazie alla forte espansione delle società di mutuo soccorso e delle polizze assicurative. Analizzando i dati della *survey*, con riferimento alle prime, in Italia risultano operative ormai più di 100 società di mutuo soccorso che si occupano di prestazioni socio-sanitarie: il numero sale a 150 se si contano anche le mutue che svolgono esclusivamente attività in campo sociale. Oggi sono circa un milione gli italiani che hanno una copertura integrativa tramite l'iscrizione a una società di mutuo soccorso. (continua a pag. 2)



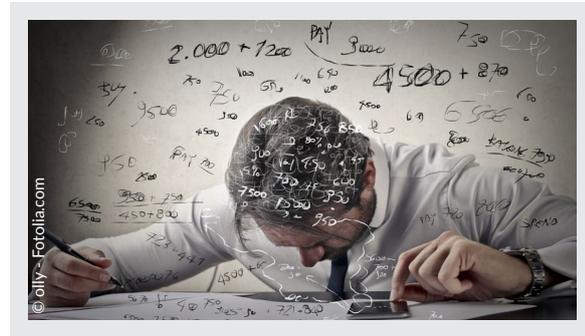
You Tube

INSURANCE CONNECT su YOU TUBE

Seguici cliccando qui 

(continua da pag. 1)

Volgendo lo sguardo alle seconde, le assicurazioni detengono una posizione di primo piano nella sanità integrativa italiana, nonostante l'esiguità del mercato, ancora poco maturo. Secondo i dati **Ania**, sono circa un milione e mezzo le famiglie direttamente coperte da una polizza malattia che prevede il rimborso delle spese sanitarie sostenute dall'assicurato e dai suoi familiari o l'erogazione di prestazioni mediche attraverso strutture convenzionate. A questo numero vanno aggiunti i circa tre milioni di soggetti aderenti a fondi integrativi convenzionati con una compagnia assicurativa per l'erogazione dei servizi sanitari. Da segnalare, inoltre, che esistono casse sanitarie costituite da assicuratori aperte all'adesione di aziende che intendono offrire ai propri dipendenti garanzie sanitarie integrative a quelle erogate dal *Sistema sanitario nazionale (Ssn)*. Per restare sui numeri, consultando i dati del report, nel 2014 sono stati raccolti premi assicurativi relativi al ramo malattie per circa due miliardi di euro, a cui vanno aggiunti premi per circa 70 milioni di euro, classificati nello specifico comparto del ramo vita, a copertura dei rischi di perdita della autosufficienza.



SI RAFFORZA ANCHE IL WELFARE AZIENDALE

Sul fronte delle imprese, il segnale più evidente di consolidamento è la crescita del welfare aziendale. In merito, il rapporto **Istat 2015** fornisce dati interessanti sulla contrattazione di secondo livello che, nel 2012-2013, ha coinvolto nelle sue varie forme (aziendale, interaziendale, territoriale) il 21,7% delle imprese italiane, che sale al 31,3% se si considera anche la contrattazione individuale. Complessivamente, si rileva nella ricerca, questo nuovo tipo di contrattazione ha consentito ai lavoratori interessati di percepire incrementi del 15% rispetto al salario medio nazionale (del 19% nelle imprese che erogano premi di risultato). Per quanto riguarda i servizi offerti dal welfare aziendale, si è rilevata un'espansione verso l'ambito della famiglia e delle politiche di conciliazione vita-lavoro. Se previdenza e sanità costituiscono le basi di ogni piano di welfare strutturato, la novità è rappresentata dall'introduzione di misure di sostegno al reddito familiare e, soprattutto, di flessibilità oraria per garantire più tempo ai lavoratori con figli. Con riferimento alle imprese manifatturiere, dei servizi e del commercio, sempre l'Istat fornisce una mappatura delle pratiche di welfare aziendale e *corporate social responsibility*. Nel 2014, in cima alla graduatoria si trovano le iniziative sulla sicurezza e l'igiene dei luoghi di lavoro. Al secondo posto si collocano le attività di formazione professionale e di aggiornamento per i dipendenti. (continua a pag. 3)



ANAPA
Associazione Nazionale Agenti
Professionisti di Assicurazione
Rete Imprenditoriale

ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
ANDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI **CLICCA QUI RINNOVARE**



(continua da pag. 2) Seguono, rispettivamente al quart'ultimo e penultimo posto per frequenza, tutte le misure che hanno l'obiettivo di flessibilizzare l'orario e favorire la conciliazione fra i tempi di vita e di lavoro, oltre a quelle che garantiscono un'offerta di servizi di prossimità come asili nido, assistenza sociale, ricreazione e sostegno. Le misure di flessibilizzazione dell'orario si rivelano particolarmente diffuse nel comparto dei servizi (dove più del 50% delle imprese interpellate afferma di aver adottato misure di questo tipo, contro il 24,2% del commercio e il 36,2% della manifattura), che è anche il più attivo per quanto riguarda i servizi di prossimità (il 30,7% delle imprese di servizi afferma di aver messo in campo almeno una di queste azioni, contro il 17,6% delle imprese manifatturiere e appena il 4,2% di quelle attive nel commercio). A titolo esemplificativo, i dati dell'Ocse, l'osservatorio sulla contrattazione di secondo livello della Cisl, mostrano poi che tra il 2012 e il 2013 gli accordi che trattano di asili nido e scuole d'infanzia sono cresciuti significativamente, passando dall'8 al 33%, così come le misure di sostegno al reddito: dal carrello della spesa (8%) ai rimborsi per spese scolastiche (17%), a una serie di altri servizi tra cui sono ricompresi cure termali, centri estivi e ricreativi, servizi alla persona, visite mediche gratuite e rimborsate (33%).

SINERGIA FRA PRIMO E SECONDO WELFARE

Ad oggi, in Italia l'accesso a molte prestazioni, da quelle sanitarie a quelle socio-assistenziali, dall'istruzione alla formazione e ai servizi per l'impiego, risulta spesso molto difficile per via di un'offerta troppo frammentata. Per questa ragione appare necessario realizzare una serie di riforme che, da un lato, aprano spazi e incentivino le partnership fra pubblico, privato e terzo settore e, dall'altro, facilitino lo sviluppo del welfare integrativo e assicurativo.

Renato Agalliu

PARTNERSHIP

Aec diventa managing general agent di Cna Hardy

L'agenzia di sottoscrizione metterà a disposizione dei propri intermediari corrispondenti le soluzioni della compagnia

A partire da gennaio **Aec underwriting** risulta accreditata come *Managing general agent* (Mga) di **Cna Hardy**, compagnia fondata nel 1897 che, con i suoi 7.000 dipendenti in tutto il mondo offre un portafoglio diversificato di prodotti assicurativi: dalle Pmi ai grandi rischi multinazionali.

Aec wholesale group metterà a disposizione di agenti e broker suoi corrispondenti le soluzioni di Cna Hardy con un occhio rivolto in particolare alle convenzioni di Rc professionale concluse dai suoi corrispondenti con ordini e associazioni dei professionisti di tutti i settori.

Il nuovo brand Cna Hardy (creato in seguito all'acquisizione di **Hardy underwriting Bermuda**) è stato lanciato a partire dal primo gennaio 2016: **Cna financial corp** ha lanciato in Europa la nuova operatività, offrendo così la possibilità di accesso contemporanea a due piattaforme: quella della compagnia e quella del mercato dei **Lloyd's**.

Con l'accreditamento di Aec come Mga, la collaborazione con Cna Hardy, spiega l'ad di Aec, **Fabrizio Callarà** "entra in una nuova fase". Nel 2016, Aec intende investire molto in questa *partnership*. "Lo dimostra il fatto - sottolinea Callarà - che proprio da inizio d'anno con Cna Hardy stiamo procedendo al rinnovo di molti contratti e convenzioni **ex-Torus** col nostro nuovo partner. Un primo passo che fa ben sperare per lo sviluppo di questa nuova partnership - conclude Callarà - con business di lungo periodo".

Secondo il regional manager di Cna Hardy per l'Italia, **Davide Anselmo**, all'interno della nuova strategia della compagnia "il segmento professionisti è assolutamente uno dei più rilevanti, e abbiamo trovato in Aec un partner solido con cui poter instaurare una collaborazione di lungo termine che porti Cna a essere tra i principali assicuratori di Aec".

Beniamino Musto



presenta

DUAL Corporate Protection
Ordini Professionali

RICERCHE

Frodi creditizie, 8000 casi solo nel primo semestre 2015

Con una media di 40 episodi al giorno, il fenomeno delle truffe legate ai prestiti e ai furti d'identità resta un'attività fiorente da cui è sempre più difficile tutelarsi. E il nord ovest del Paese sta sottovalutando il problema

Nel primo semestre del 2015 sono stati perpetrati 8000 reati che possono definirsi come *frodi creditizie*. Si tratta di una media di 40 al giorno, per un importo medio di 5.952 euro per singolo episodio: una crescita del 2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

È quanto ha rivelato l'Osservatorio Crif su frodi creditizie e furto di identità. La maggior parte di questi reati avviene attraverso un furto di dati personali, che successivamente sono utilizzati dai frodatori per ottenere credito o acquisire beni con l'intenzione di non rimborsare il finanziamento e non pagare ciò che si è comprato.

Secondo l'osservatorio di Crif, società che svolge consulenza strategica nel campo del credito, il fenomeno è preoccupante ma, dopotutto, non si sono ancora adottati i comportamenti necessari per combatterlo con consapevolezza, a partire da banali condotte di autotutela.

Volano le truffe sulle carte di credito

Nel primo semestre 2015, le frodi connesse alle carte di credito sono quasi raddoppiate rispetto al corrispondente periodo del 2014, con una crescita dell'86,6%. Uno sviluppo impressionante, che permette a questa tipologia di frode di conquistare una quota di mercato pari al 12,8%. Anche le truffe sui fidi hanno duplicato il proprio valore, pur occupando sempre una porzione residua della torta (0,4%). Al primo posto, incontrastate, sono le truffe effettuate attraverso prestito finalizzato, che rappresentano il 74,3% della quota di mercato. È però positivo che nel corrispondente periodo del 2014, il dato superava l'80%.

La preponderanza di questo tipo di truffe, chiariscono gli analisti di Crif, si spiega soprattutto con il fatto che la frode è spesso portata a termine presso il punto vendita dove è richiesto il finanziamento: ad esempio una concessionaria auto, oppure una grande catena di distribuzione. Gli istituti di credito hanno quindi l'esigenza di rispondere al cliente in tempi stretti, con il risultato di sottovalutare la corretta gestione del rischio.

Gli elettrodomestici, nell'ambito dei prestiti finalizzati, sono gli acquisti su cui si concentrano le frodi: il 52,7% (+44,1% rispetto al 2014) del totale dei finanziamenti fraudolenti ha per oggetto prodotti di elettronica per la casa, ma anche informatica, televisori, smartphone e tablet.

Segue l'arredamento, con il 7,4% del totale, in crescita del +37,1%

rispetto alla precedente rilevazione e le frodi creditizie che riguardano l'acquisto di auto e moto, con un importo frodato superiore agli 11 mila euro in media.

Nel 36% delle truffe creditizie, l'importo è risultato inferiore ai 1.500 euro, una quota sul totale in calo del 16%. Tuttavia, nel 33,4% dei casi, l'ammontare della frode è stata superiore ai 10 mila euro. I prestiti superiori ai 20 mila euro su cui sono state effettuate delle frodi sono cresciuti del 56%.

Tempi lunghi per scoprire l'inghippo

Non è facile scoprire e soprattutto prevenire questo particolare tipo di frode. I tempi di *detection*, spiega Crif, vanno dai 12 mesi ai cinque anni, come accade per ben il 18% del totale. Il 60% dei casi è scoperto entro l'anno, un dato comunque in crescita rispetto al primo semestre 2014.

Analizzando i dati, si scopre che i tempi di smascheramento dei raggi dipendono anche dal tipo di credito ottenuto in maniera fraudolenta: per quasi la metà delle frodi legate ai prestiti finalizzati all'acquisto immediato di un bene occorrono circa sei mesi per individuare che qualcosa non va; mentre per i prestiti personali i tempi sono decisamente più lunghi, dato che solo nel 34% dei casi le frodi sono scoperte entro sei mesi dall'erogazione, mentre il 40% suscita sospetti sono dopo oltre due anni.

Per quanto riguarda la distribuzione territoriale, oltre la metà (51,5%) dei casi di frode rilevati nel primo semestre 2015 interessa il Sud e le Isole.

Ma l'area del Nord Ovest è seconda in classifica, con il 19,1% di incidenza, e soprattutto è l'unica ad aver fatto registrare un incremento (+5%) rispetto allo stesso periodo del 2014; al contrario del Nord Est, che con un calo del 12%, è la zona meno colpita da questo tipo di imbrogli (10,7% del totale). Campania, Sicilia, Lombardia, Lazio e Puglia sono le cinque regioni più colpite.

Beatrice Rubini, direttore della linea *MisterCredit* di Crif, sottolinea, in conclusione, come ci sia un evidente "legame tra le zone in cui le persone tendono maggiormente a sottovalutare questo tipo di frode, nello specifico il nord ovest del Paese, e l'incremento del fenomeno".

Fabrizio Aurilia

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it