

PRIMO PIANO

Nuove sfide e nuovi modelli di business

Si è svolta questa mattina, a Roma, l'assemblea annuale dell'Ania alla presenza di istituzioni, regolatore, e mondo delle imprese. Secondo i risultati del 2016, illustrati dalla presidente dell'associazione, Maria Bianca Farina, il settore assicurativo resta un punto di riferimento per le famiglie italiane e un player fondamentale del sistema economico, con una raccolta premi di 134 miliardi di euro (pari all'8% del Pil), e investimenti per un totale di 741 miliardi di euro. "Nel 2016 - ha spiegato Farina - a causa della ripresa economica contenuta, dei tassi di interesse ancora molto bassi e dei mercati finanziari volatili, per la prima volta, dopo tre anni consecutivi di crescita, la raccolta del comparto vita, pari a 102 miliardi di euro, è diminuita dell'11%, rispetto al massimo storico registrato nel 2015". La presidente dell'Ania ha quindi fatto un excursus delle nuove forze che impatteranno sull'economia e sulle assicurazioni. Tra queste, l'interconnessione globale, i trend demografici e la forte innovazione tecnologica. Sfide a cui il comparto dovrà rispondere sviluppando nuovi prodotti e servizi, soprattutto in tema di previdenza integrativa e protezione, ma anche un nuovo modello di business.

Un più ampio resoconto sull'assemblea Ania sarà pubblicato sull'edizione di domani di Insurance Daily.

Laura Servidio

PRODOTTI

Cf Assicurazioni punta sul welfare integrato

La compagnia lancia Cf WellFare, una nuova polizza che si propone di unire, al suo interno, misure di prevenzione, protezione e risparmio previdenziale. Già presentata una domanda di brevetto per la soluzione, che sbarcherà domani sul mercato

Parlare semplicemente di welfare è forse improprio. Perché tanti sono gli elementi di cui si compone il sistema di prestazioni sociali. E altrettanto numerosi sono stati gli approcci con cui il gestore, pubblico o privato che fosse, si è avvicinato alla materia per tentare di soddisfare i bisogni del proprio pubblico. Il risultato è che per ogni tipo di esigenza si è arrivati a elaborare una soluzione diversa: coperture sanitarie, polizze sulla vita, garanzie contro la perdita di reddito e piani di accumulo per gli anni della pensione. La segmentazione dell'offerta si è ormai imposta sul mercato. Il settore (o, per meglio dire, i settori) appare oggi attraversato da un numero crescente di soluzioni che mirano a soddisfare la singola esigenza del consumatore.



Michele Cristiano, ad e dg di Cf Assicurazioni

UN NUOVO APPROCCIO AL MERCATO ITALIANO

Eppure, nonostante l'esplosione di prodotti, il sistema di welfare appare oggi in profonda crisi. E viene quasi naturale pensare che alla base delle attuali difficoltà, accanto a ostacoli evidenti come la crisi economica o l'andamento demografico, ci sia anche la mancanza di una visione d'insieme dell'intero sistema di welfare. La pensa così Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza, che è intervenuto all'incontro *Welfare integrato: un nuovo approccio sul mercato italiano*. "Nel 1993, quando abbiamo messo mano al sistema pubblico di welfare, abbiamo commesso un errore clamoroso: separare assistenza e previdenza", ha ammesso in apertura dell'iniziativa che si è svolta ieri, a Milano, presso lo Studio Legale Taurini & Hazan. Quello che manca, secondo Corbello, è un'offerta di "strumenti atipici che siano in grado di unire diverse coperture, e di razionalizzare così i costi e gli oneri fiscali a carico del cliente". Ed è proprio in questa direzione che si muove Cf WellFare, ultimo strumento di protezione e welfare presentato da Cf Assicurazioni. La polizza, come ha spiegato Michele Cristiano, amministratore delegato e direttore generale della compagnia, "risponde a tutti i principali bisogni di protezione e, nello stesso tempo, aiuta i clienti a costruirsi un futuro più sereno con un piano di risparmio".

(continua a pag. 2)



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN

Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

TUTTO IN UNA POLIZZA

“Il nostro obiettivo – ha proseguito Cristiano – era quello di creare una soluzione integrata che, a costi accessibili, garantisse prevenzione, protezione e risparmio previdenziale”. La polizza sarà in commercio da domani presso la rete della compagnia, disponibile per tutti i clienti che abbiano un’età compresa fra 20 e 60 anni in entrata, e non più di 70 anni in uscita.

Sul fronte della prevenzione, la soluzione prevede check up sanitari e il rimborso delle spese odontoiatriche. Più ampio e variegato il pacchetto di protezione. Accanto a una classica Tcm e una Ltc in caso di perdita dell’autosufficienza, la soluzione offre infatti coperture contro infortuni, malattie, interventi chirurgici e riduzioni significative del reddito.

Il prodotto è completato da un piano di accumulo, che punta ad assicurare una rendita integrativa negli anni della pensione: una parte significativa del premio verrà, a tal proposito, destinata al fondo *Previdenza Attiva*, una gestione separata della compagnia che, nel 2016, ha garantito un rendimento del 3,44%.

GARANTIRE LA FLESSIBILITÀ

“La vera sfida – ha spiegato Cristiano – è stata quella di pensare come il cliente”. Acquistare una singola polizza per ogni bisogno di protezione, ha aggiunto, “risulterebbe il 40-50% più costoso”. E dato che le esigenze possono mutare nel corso degli anni, era necessario elaborare un piano che consentisse di mantenere determinati standard di protezione per l’intero arco di vita del cliente. Soltanto in quest’ottica si comprende il piano di flessibilità inserito nella polizza. Suddivisa in dieci fasce di età che vanno dai 20 ai 70 anni, la soluzione prevede infatti una rimodulazione automatica delle coperture ogni volta che il cliente si trovi a passare nella fascia successiva. Massimali e coperture cambieranno pertanto nel corso del tempo, cercando di venire incontro ai bisogni che il cliente, con l’ingresso nel mondo del lavoro o la creazione di una famiglia, inizierà a percepire nel corso della sua vita.

FRA BREVETTI E ARCHITETTURA APERTA

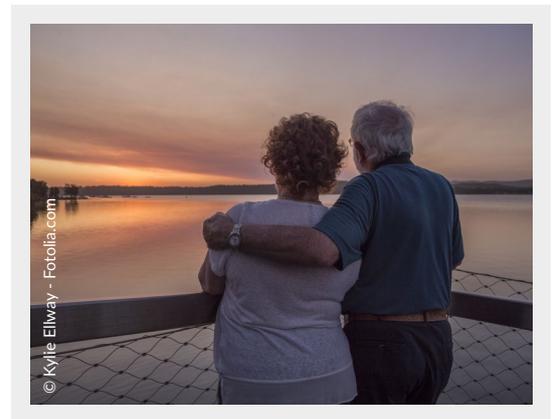
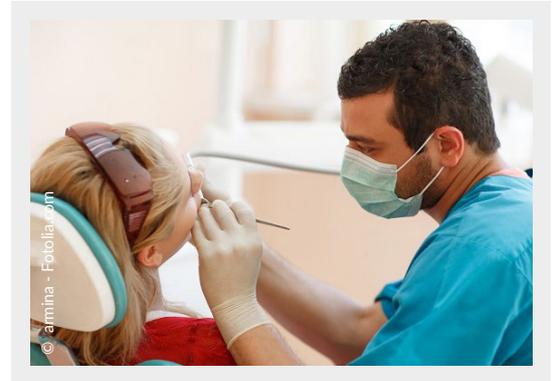
La compagnia punta molto sulla soluzione. Cristiano si è spinto ad affermare che, in linea con un obiettivo di raccolta di 120 milioni di euro nel 2021, il prodotto “contribuirà almeno al 15% del risultato”. L’originalità della formula è uno dei principali fattori di ottimismo. Al punto tale che la compagnia ha deciso di presentare una domanda di brevetto per la soluzione, al fine, ha commentato Cristiano, di “mantenere un certo vantaggio competitivo sul mercato”.

Eppure, la compagnia si dice aperta a nuove collaborazioni con altre società. “Nonostante la richiesta di brevetto – ha aggiunto Cristiano – il prodotto è stato costruito nella logica dell’architettura aperta: siamo disponibili a collaborare per creare prodotti simili, magari suddividendo le diverse mansioni a seconda delle specifiche capacità”. L’idea è quella di attrarre società che, specializzate magari nel solo settore dell’asset management, vogliano stringere partnership con soggetti più impegnati nella gestione del rischio. In quest’ottica, nell’attesa che la compagnia riceva l’ok dall’Ivass per la commercializzazione di prodotti di ramo III, Cristiano ha parlato di contatti con alcune Sgr.

SIMULARE LA PROPRIA POLIZZA

Come ha spiegato **Giancarlo Silvano**, direttore marketing di Cf Assicurazioni, la promozione del prodotto avverrà attraverso una commistione di strumenti tradizionali e innovativi. Accanto ai classici spot promozionali e alle brochure divulgative, Silvano ha infatti annunciato la nascita di un sito web totalmente dedicato alla polizza. “All’interno del portale – ha spiegato – verrà inserito un simulatore, che consentirà al cliente di avere un’idea dei dettagli della sua polizza”. Digitando semplicemente la propria età, l’utente potrà avere un prospetto iniziale dei costi e delle coperture garantite. E in caso di esigenze più specifiche, potrà incrementare il premio iniziale e verificare come, e quanto, i massimali varino nelle singole coperture.

Strumenti, quest’ultimi, che possono consentire di effettuare “l’autentica svolta culturale” di cui ha parlato **Maurizio Hazan**, fondatore e managing partner dello studio legale che ha ospitato l’incontro. Secondo l’avvocato, “occorre avere una migliore consapevolezza dei sempre nuovi bisogni di sicurezza e protezione”. Anche perché, ha aggiunto citando il sociologo **Ulrich Beck**, “stiamo vivendo nella società del rischio”. Ed è in questo contesto che “l’assicurazione può esprimere al meglio la propria rinnovata vocazione sociale, nel rispetto di un approccio trasparente e fiduciario con l’utenza”. Secondo Hazan, è insomma “giunto il momento di fare qualcosa di diverso”.

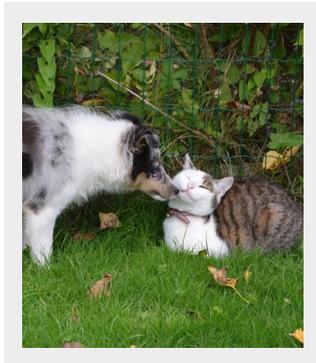


PRODOTTI

Per non perdere di vista Fido

Con **C@ne&G@tto**, UnipolSai estende la tecnologia **Unibox** alla protezione dei migliori amici dell'uomo. La polizza include anche la possibilità di un rimborso per interventi chirurgici sull'animale

Gli animali domestici sono sempre di più parte della famiglia, con esigenze che li pongono spesso al centro dell'attenzione e dell'affetto dei propri padroni. Nell'attuale concezione del rapporto fra uomo e animale domestico, il primo non è solo garante del secondo relativamente ai danni che il quadrupede può provocare a terzi, ma ha sviluppato un sempre maggiore senso di responsabilità verso il benessere dell'amico a quattro zampe. **UnipolSai** ha colto questa evoluzione, ed è andata a coprire uno spazio assicurativo che garantisce al proprietario maggior controllo e sicurezza sul proprio cane o gatto. Con la nuova polizza **C@ne&G@tto**, la compagnia coglie un'esigenza specifica del mercato, utilizzando come valore aggiunto la propria competenza sulle tecnologie espressa nei sistemi **Unibox**. L'offerta di **C@ne&G@tto** si distingue per due peculiarità: la possibilità di applicare il dispositivo tecnologico **Unibox Pets**, e il rimborso spese sanitarie dell'animale in caso di intervento chirurgico.



Unibox Pets è una piccola black-box che si fissa al collare dell'animale e permette di seguire i suoi spostamenti per rintracciarlo o per essere certi che non esca da un perimetro di sicurezza definito come una sorta di *recinto virtuale*. Il dispositivo è dotato di un pulsante sos che, se azionato da una terza persona, invia al cliente una notifica di allarme che avvisa del posizionamento dell'animale smarrito. La polizza, che copre fino a 5 animali, è strutturata con due livelli di garanzie: un *entry level* che include la copertura per danni a terzi, tutela legale e il dispositivo **Unibox Pets**; e una versione integrata con il rimborso delle spese veterinarie in caso di intervento chirurgico. Per attivare questa protezione, UnipolSai si avvale della collaborazione di **Unisalute** e del gruppo **Unipol**, che mette a disposizione una rete di cliniche veterinarie convenzionate per gli interventi, il supporto della gestione sinistri e la possibilità di installazione del necessario microchip sull'animale qualora ne sia sprovvisto.

Maria Moro

PARTNERSHIP

Reale Mutua assicura le cene condivise

Arriva la prima copertura di Rc per il social eating, frutto di un accordo tra la mutua di Torino, Gnammo e l'insurtech Axieme



Al via la partnership a tre che vede protagoniste **Reale Mutua**, la start up torinese **Axieme**, e **Gnammo**, la principale piattaforma di *social eating* in Italia, ossia le cene a casa di sconosciuti, una sorta di *Airbnb* della ristorazione. Le tre realtà hanno studiato una soluzione assicurativa che copre sia la responsabilità civile sull'immobile dove avviene l'evento, sia la somministrazione dei pasti da parte dei cuochi, offrendo così una garanzia per la sicurezza degli eventi di *sharing economy* in cucina.

La polizza sarà attivata automaticamente e gratuitamente per tutti gli iscritti che organizzano eventi di *social eating* tramite il portale. **Gnammo** conta oltre 220 mila utenti e punta, attraverso la copertura definita *social*, ad avere un nuovo livello di sicurezza.

Axieme, uno dei primi esempi di *insurtech* in Italia, permette agli aderenti di assicurarsi in gruppo e fornisce un rimborso alla fine del periodo assicurato qualora siano avvenuti pochi o nessun sinistro all'interno del gruppo.

"Siamo davvero felici di festeggiare quest'accordo e di essere riusciti a creare un ponte, ancora una volta, tra il mondo innovativo delle community digitali e quello più tradizionale delle compagnie assicurative", ha commentato in una nota il ceo di **Axieme**, **Edoardo Monaco**. La partnership, nelle intenzioni della start up, è un primo passo per imporre un diverso modello di servizio e non una "semplice vendita di polizze assicurative".

Per **Reale Group**, ha sottolineato **Matteo Cattaneo**, capo dell'innovazione di **Reale Mutua**, "è necessario riflettere oggi sul futuro anche a lungo termine, esplorando secondo una logica di co-progettazione nuovi modelli di business. Ecco la ragione di questa partnership: un primo esempio concreto di collaborazione innovativa tra diversi attori per dare risposta a un nuovo tipo di bisogno".

Fabrizio Aurilia

PRODOTTI

Pramerica lancia Protezione & Valore

Pensata per stimolare il risparmio di lungo periodo, la polizza è distribuita attraverso le banche e restituisce a scadenza il 100% dei premi versati

Una polizza Tcm che garantisca un ritorno economico certo in caso di sopravvivenza dell'assicurato alla scadenza del contratto. **Pramerica Life** presenta *Pramerica Protezione & Valore*, una soluzione assicurativa puro rischio destinata a chi vuole proteggersi nel lungo periodo.

Il prodotto, ideato per i clienti dei partner bancari di Pramerica, permette di ottenere alla scadenza sino alla totalità dei premi versati, anche nel caso in cui l'assicurato sia ancora in vita al termine del contratto. Per un capitale assicurato minimo di 50 mila euro, viene garantita la restituzione del 100% dei premi versati in caso di un piano di pagamenti superiore ai 15 anni, e del 60% per durate da 10 a 14 anni compresi. In questo modo si garantisce il ritorno della maggior parte dell'esborso sostenuto, anche qualora nessuno degli eventi previsti si verificasse.

In un'ottica di flessibilità, la soluzione presenta opzioni e garanzie accessorie. Il *Living needs benefit*, in caso l'assicurato sia colpito da una malattia che comporti un'aspettativa di vita inferiore a sei mesi o abbia necessità di un trapianto di organi, senza il quale l'aspettativa di vita sarebbe inferiore a sei mesi, prevede l'anticipo del capitale caso morte da parte della compagnia. Il *Flash benefit* è concepito invece per garantire un supporto economico immediato in caso di decesso dell'assicurato (liquidazione entro 48 ore del 25% del capitale assicurato, fino a un massimo di 20.000 euro).

"Una polizza unica nel panorama del bancassurance italiano", dice **Roberto Agnatica**, amministratore delegato di Pramerica Life che, in una nota, sottolinea il desiderio della compagnia di introdurre una innovazione nel panorama italiano dove, normalmente, per le soluzioni di puro rischio i premi versati, al non verificarsi del decesso dell'assicurato, restano acquisiti dalla compagnia.

Alessandro Giuseppe Porcari

INIZIATIVE

Formazione avanzata per periti esperti

Iscrizioni aperte fino al 5 settembre per il master Cineas in Expert loss adjuster, in partenza il 28 settembre. Solo 10 i posti disponibili

Partirà il prossimo 28 settembre il master in *Expert loss adjuster*, organizzato da **Cineas**. Il corso è organizzato in sei moduli di tre giorni, che si svolgono una volta al mese, fino al 23 marzo 2018.

Tra i temi che verranno messi a fuoco nel corso del percorso di studi, ci saranno i sinistri da rischi tecnologici, gli approfondimenti sui più recenti sviluppi della responsabilità civile professionale e prodotti; ma anche tematiche di management con focus sui nuovi modelli organizzativi degli studi peritali e sull'evoluzione dei rapporti con le compagnie.

Durante le lezioni, i partecipanti risiederanno in una struttura dedicata. Ogni modulo prevede la presenza di un tutor in affiancamento ai docenti, per supportare gli studenti nello sviluppo delle sessioni e nell'approfondimento dei casi pratici. È previsto anche l'invito di un ospite, diverso a seconda dell'area tematica trattata, che sarà il protagonista di una serata di networking organizzata nei diversi moduli; l'ospite presenterà di volta in volta il proprio punto di vista qualificato sulla gestione dei sinistri, offrendo spunti di riflessione su vari ambiti (dal testimonial imprenditore al top manager di compagnia, passando per il consulente specialista di una specifica materia).

Il master si rivolge, in particolare, ai periti con una consolidata esperienza professionale, broker, specialisti che si occupano di liquidazione nelle compagnie assicurative, e a professionisti che operano in diversi ambiti di consulenza.

Per l'edizione 2107/2018 i posti a disposizione per la frequenza del master sono 10. Le iscrizioni scadono il 5 settembre; costituisce titolo preferenziale per l'ammissione l'aver frequentato il corso Cineas in *Loss adjustment advanced*. Le 120 ore di formazione si svolgeranno presso l'*Agriturismo La Camilla*, a Concorezzo (MB), località ben collegata con la città di Milano.

"La formazione Cineas - ricorda il consorzio universitario in una nota - prepara i professionisti ad affrontare gli esami di qualificazione previsti dalla norma UNI 11628. A un anno dall'entrata in vigore della norma, già 193 periti si sono certificati e 405 hanno manifestato interesse ad ottenere la certificazione. Quasi il 50% dei periti certificati è titolare di studio. La certificazione delle competenze è una tendenza che si riscontra a livello internazionale ed è trasversale ai diversi settori professionali (ad esempio, è diffusa anche in ambito legale)".

Beniamino Musto

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

Supplemento al 5 luglio di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577