

## PRIMO PIANO

### Covid-19, intervento della Cina

La provincia cinese di Hainan ha presentato la prima polizza pensata per coprire le perdite delle imprese a seguito dell'epidemia di coronavirus. Realizzata in collaborazione con 12 compagnie, fra cui anche Picc, China Pacific Insurance e Ping An Insurance, la soluzione indennizzerà le perdite di produzione, i salari elargiti a dipendenti posti in quarantena e le spese sostenute a causa dell'interruzione delle attività. L'amministrazione di Hainan ha stanziato 200 milioni di yuan per il progetto e, secondo una nota della China Banking and Insurance Regulatory Commission, sovvenzionerà il 70% del premio assicurativo per 100 imprese chiave che sono state definite idonee a sottoscrivere la polizza. "Ci sono forti preoccupazioni che la ripresa delle attività commerciali possa portare a un aumento dei casi di infezione, provocando un arresto delle attività a causa delle politiche di quarantena", si legge nella nota.

Intanto, il governo cinese ha annunciato un taglio ai contributi previdenziali e assicurativi per sostenere le imprese durante l'epidemia di coronavirus. In particolare, le aziende nella provincia di Hubei, epicentro dell'epidemia, saranno esentate fino a giugno dal pagamento di indennizzi di pensionamento, disoccupazione o infortunio sul lavoro.

Giacomo Corvi

## COMPAGNIE

### Al via Zurich4care, la piattaforma della nuova mutualità

Presentata a Milano la long term care dedicata ai gruppi di acquisto che promette di espandere il ruolo sociale dell'assicuratore. Obiettivo è raddoppiare in tre anni il numero di individui coperti con polizze di questo tipo

È un "allargamento del ruolo sociale dell'assicuratore" ciò che mira a fare Zurich Italia con il lancio della proposta assicurativa Zurich4Care, un nuovo approccio alla classica mutualità che prende di petto il principale problema che pone oggi lo sviluppo demografico: il rischio di non autosufficienza. Ecco perché la compagnia in Italia lancia una polizza long term care, totalmente web-based e dedicata ai gruppi d'acquisto: una formula nuova che punta a riscrivere l'offerta di coperture di questo tipo e che potenzialmente potrà raggiungere un'ampia base di sottoscrittori, spinti anche (ma non solo) dal prezzo che, grazie alla mutualità, è molto abbordabile.

Nel mese pilota della nuova soluzione, le persone raggiunte sono state circa 6.000, mentre entro il 2020 Zurich si aspetta di coinvolgerne circa un milione, con un tasso di conversione pari al 10%, per l'ambizioso progetto di raddoppiare in tre anni il numero di individui coperti con polizze Ltc.

#### COME STA EVOLVENDO LA SOCIETÀ

All'evento di presentazione dell'iniziativa alla stampa, svoltosi ieri presso la sede milanese di Zurich, l'ad della compagnia in Italia, **Alessandro Castellano**, ha brevemente introdotto il tema, rilanciando l'impegno verso i temi sociali e le emergenze quotidiane, anche al di fuori del settore dell'assistenza. "Nel 2019 - ha rivelato - Zurich Italia ha pagato 50 milioni di euro in più, rispetto al 2018, per sinistri attribuibili al cambiamento climatico: questo è un segnale concreto di qualcosa che sta accadendo ora e tutti dobbiamo essere più consapevoli". Per questo Zurich si assume un impegno di fronte a tutti i propri stakeholder: "vogliamo essere sempre più efficaci", ha ribadito Castellano.

Per quanto riguarda invece il tema dell'assistenza, la questione demografica rappresenta, soprattutto in Italia, uno dei principali problemi da affrontare.

(continua a pag. 2)





## INSURANCE CONNECT È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 1)

Poter disporre di un reddito certo a fronte di un rischio di non autosufficienza permette alle persone, e alle famiglie, di guardare al futuro con più serenità. "Non si tratta solo di assicurazione – ha chiosato Castellano – ma dell'evoluzione stessa della nostra società".

## NON SOLO UN PRODOTTO

Entrando nello specifico della soluzione di Zurich Italia, di cui ha parlato diffusamente **Dario Moltrasio**, ad di Zurich Investments Life, "non si tratta di un prodotto, ma di un modo nuovo di fare assicurazione".

Tutto nasce da una tendenza alla condivisione sempre più diffusa, tipica della sharing economy ma anche delle radici più profonde del funzionamento assicurativo: un modello che consente agli individui di beneficiare di minori costi e maggiore benessere sociale, ma solo se uniti in una comunità.

Zurich4Care è quindi una piattaforma per l'acquisto di polizze ltc individuali destinata a gruppi di individui appartenenti a una comunità: per esempio, colleghi di una grande azienda, membri di associazioni di categoria, casse assistenziali, ordini professionali o anche reti che si possono formare sul territorio. Questi nuclei, di minimo 1.000 persone, sono uniti in un gruppo d'acquisto e hanno la possibilità di beneficiare di condizioni economiche non ottenibili individualmente.

## AVVICINARE LE PERSONE

Condizione necessaria per l'attivazione della polizza è che, nella comunità che accede alla piattaforma, almeno il 10% sottoscriva il contratto. Per la prima ltc che propone la compagnia, il costo è di circa 10 euro al mese e garantisce una rendita vitalizia mensile di 1.000 euro in caso di non autosufficienza causata da invecchiamento, infortunio o malattia. Per la sottoscrizione non è richiesta una visita medica, né la compilazione di un lungo questionario (è garantita, ovviamente, la compliance normativa): "tutto si basa sul nuovo concetto di mutualità fondato sulla condivisione del gruppo d'acquisto", ha spiegato Moltrasio.

Zurich mira in questo modo "ad avvicinare le persone a un beneficio sociale di cui non credevano di poter godere, perché il costo medio di una polizza ltc individuale è di 700 euro l'anno", ha sottolineato l'ad.

Ad oggi, secondo quanto si evince da un ricerca di **Swg**, quattro milioni di persone in Italia non sono autosufficienti a causa di infortuni, malattie e invecchiamento, e si stima che nel 2030 i soli anziani non autosufficienti saranno più di cinque milioni. Se è vero che gli italiani sono preoccupati più dalla non autosufficienza (80%) che dalla morte stessa (54%), è anche vero che meno del 3% ha sottoscritto una polizza ltc. Il 53,4% della popolazione non la sottoscrive perché la considera troppo cara.

## LA COMUNITÀ È UN VALORE

"Appartenere a una comunità – ha sostenuto Moltrasio – diventa un valore", perché si crea un nuovo modello di welfare inclusivo, che abbatta i costi e amplia i benefici, giacché anche i familiari (sotto i 65 anni) di chi sottoscrive la ltc attraverso il gruppo d'acquisto possono essere coperti.

La polizza è portabile anche quando si esce dalla comunità perché il meccanismo di condivisione e mutualità si attiva in entrata: "ciò che conta ai fini tecnici – ha spiegato Moltrasio – è avere chiare le caratteristiche delle persone della comunità al momento della sottoscrizione".

Zurich4care, dicono da Zurich, non si fermerà alle polizze ltc, ma potrà veicolare con lo stesso modello anche altri contratti, estendendo così il valore aggiunto di questo nuovo concetto di welfare diffuso.



Dario Moltrasio, ad di Zurich Investments Life



Fabrizio Aurilia

INSURANCE CONNECT  
È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina



## INTERMEDIARI

### Cattolica, agenti riuniti a Verona

Oltre 2.000 intermediari hanno partecipato ieri alla convention promossa dalla compagnia per mettere a fuoco gli obiettivi per il 2020



Un momento dell'evento

Si è tenuta ieri al Cattolica Center di Verona la prima convention nazionale di **Cattolica Assicurazioni** aperta ad agenti e subagenti. Oltre 2.000 intermediari, distribuiti fra più 1.150 agenti e 1.000 subagenti, hanno partecipato ai lavori della giornata in rappresentanza di 846 agenzie distribuite su tutto il territorio nazionale. Sul palco si sono alternati il presidente **Paolo Bedoni**, il direttore generale **Carlo Ferraresi** e il condirettore generale **Valter Trevisani**, che hanno così avuto modo di incontrare la rete agenziale e presentare alla platea gli obiettivi per il 2020.

Nello specifico, Ferraresi ha voluto sottolineare l'evoluzione che si è registrata nel canale agenziale durante i primi due anni del piano industriali, evidenziando la crescita dei portafogli e la maggior capacità di generare business profittevole. Centrale, secondo il dg, è stato poi l'investimento in formazione e, in particolare, nel *Master Professione Agente*, che ha consentito di avere agenti più competenti e digitalizzati. "Gli agenti rappresentano l'architettura della nostra rete distributiva e noi potremo avere successo solamente se la nostra rete saprà servire il cliente nella sua globalità. I nostri agenti, collaboratori e dipendenti – ha sottolineato – sanno di avere una responsabilità ulteriore: quella di mettere la persona al centro della nostra attività".

Nel corso dei lavori è intervenuto anche **Marco Lamola**, direttore commerciale della compagnia. "Per Cattolica e per i nostri agenti oggi è una giornata importante, forse storica: abbiamo riunito a Verona gli oltre 1.150 agenti che ci rappresentano sul territorio con competenza, professionalità e quell'umanità che vuole essere un nostro tratto distintivo", ha commentato. "A testimoniare quanto crediamo nella rete agenziale e nell'organizzazione di agenzia – ha aggiunto – abbiamo deciso di invitare anche mille selezionati collaboratori dei nostri agenti: insieme divideremo obiettivi, strumenti e azioni, ma soprattutto consolideremo la consapevolezza che Cattolica corre sulle gambe delle proprie agenzie, che dobbiamo rendere sempre più energiche forti e allenate".

## MERCATO

### Rca familiare, pochi risparmi per Segugio.it

Secondo il comparatore online, l'impatto sulle finanze delle famiglie italiane sarà inferiore al previsto

La cosiddetta Rc auto familiare non genererà impatti significativi per le famiglie italiane. Secondo un'analisi di **Segugio.it**, la legge porterà a risparmi di gran lunga inferiori a quel 50% che è stato recentemente stimato. Innanzitutto perché la stima è frutto della semplice differenza di prezzo riscontrabile fra i veicoli assicurati in classe 1 e quelli assicurati in classe 14: come fa notare il comparatore online, l'entità del premio non dipende unicamente dalla classe di merito e la presenza di altri fattori, come l'applicazione del decreto Bersani, potrà generare per i più giovani risparmi non superiori al 38,4%.

In secondo luogo, non tutte le vetture potranno avvalersi della classe di merito 1 e beneficeranno di conseguenza di sconti inferiori al 50% stimato. Infine, in assenza di serie storiche, il comparatore online ipotizza che, di fronte alla novità normativa, le compagnie assicurative potranno adottare un approccio più prudente nell'applicazione di sconti riferiti a mezzi diversi.

"Ci aspettiamo che per i nuclei familiari o singoli interessati dalla manovra – ha commentato **Emanuele Anzaghì**, vice presidente di Segugio.it – lo sconto medio applicato sarà realisticamente del 10%-20%. È anche ipotizzabile – ha proseguito – che gli sconti applicati penalizzeranno chi della manovra non può beneficiare, e quindi nuclei o singoli con un solo mezzo, o che abbiano già allineato le classi di merito con il decreto Bersani: si tratterà quindi in sostanza di un gioco a somma zero".



© Thaut Images - Fotolia

#71  
gennaio-febbraio 2020

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

# Insurance Review

## Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su [www.insurancereview.it](http://www.insurancereview.it)  
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



2020, C  
NELL'ASS

BANCA ASSICURAZIONE 40 OPEN INNOVA

ica-Banco Bpm, La medicina  
ordito su valori che ti arriva  
isi

Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

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

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 19 febbraio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577