

PRIMO PIANO

Conad, arrivano le polizze

Conad si prepara a debuttare, nel 2024, nel mercato assicurativo. "Stiamo chiudendo un accordo con una primaria azienda globale di assicurazioni, con cui il prossimo anno forniremo ai nostri clienti prodotti assicurativi su infortuni, tempo libero e casa: nulla al di fuori del nostro mondo, che sono le famiglie", ha affermato ieri Francesco Avanzini, direttore generale di Conad, in occasione della conferenza stampa di fine anno del colosso italiano della grande distribuzione organizzata. "Nel prossimo mese ufficializzeremo l'accordo, che partirà a giugno", ha proseguito Avanzini. Il manager non ha voluto fare il nome del partner, limitandosi a dire che si tratta di una multinazionale americana: dal palco, come riporta l'agenzia di stampa Askanews, ha tuttavia voluto sottolineare la presenza in sala di Orazio Rossi, country president per l'Italia del gruppo assicurativo americano Chubb. "L'assicurazione sarà una derivata del comportamento d'acquisto, non sarà un pushing sul consumatore" ha specificato Avanzini. "L'italiano - ha aggiunto - è già obbligato a fare quella dell'auto dove noi non entreremo".

L'ingresso nel settore assicurativo rientra in una più ampia strategia che punta a valorizzare i servizi offerti nell'ambito dell'ecosistema digitale HeyConad.

Giacomo Corvi

RICERCHE

Come cambiano le scelte finanziarie degli italiani

L'edizione 2023 dell'indagine realizzata da Intesa Sanpaolo e Centro Einaudi rivela che il 95% delle famiglie italiane è finanziariamente indipendente e che il 55% delle famiglie italiane dichiara di riuscire ancora a risparmiare, nonostante il peso sempre maggiore dell'inflazione. Tra investimenti in obbligazioni e risparmio gestito, emerge chiara l'esigenza di una maggiore alfabetizzazione finanziaria

La percentuale di famiglie italiane che dichiara di essere finanziariamente indipendente è salita al 95% nel 2023 (+2% rispetto all'anno precedente). Tuttavia, a causa dell'impatto inflattivo, sempre meno persone affermano che il proprio reddito è sufficiente per mantenere un tenore di vita accettabile. Guardando al futuro, i giovani sono più preoccupati della media, i laureati più ottimisti, gli uomini più sicuri e le donne più timorose. È quanto emerge dall'ultima *Indagine sul risparmio e sulle scelte finanziarie degli italiani* realizzata da **Intesa Sanpaolo e Centro Einaudi**.

Nel 2023 la percentuale delle famiglie che riescono a risparmiare si è mantenuta stabile (54,7% vs. 53,5% nel 2022). Gli intervistati, inoltre, risparmiano in media il 12,6% del proprio reddito, in aumento rispetto all'11,5% dell'anno precedente. All'opposto, preoccupa il numero di famiglie in condizioni di fragilità finanziaria: se insorgesse una spesa imprevista di 5.000 euro, solo il 37% avrebbe una disponibilità immediata per farvi fronte. Guardando infine alle aspettative a 12-18 mesi, i pessimisti prevalgono sugli ottimisti: gli intervistati si attendono una sostanziale stabilità nelle entrate familiari ma prevedono un aumento delle spese per consumi e imposte e, dunque, un calo dei risparmi.

GLI INVESTITORI PREFERISCONO LE OBBLIGAZIONI

Stando a quanto emerge dall'indagine, al primo posto per chi investe oggi c'è la sicurezza, al secondo la liquidità dell'investimento. Si allungano gli orizzonti: la percentuale degli investitori disponibile ad aspettare tre o più anni per ottenere dei risultati cresce fino al 48% del campione nel 2023, dal 45,7% del 2022, mentre chi vuole conseguirli entro un anno rappresenta appena il 13%. Le obbligazioni sono tornate a offrire rendimenti interessanti. La ricerca rileva che sono stati proprio questi strumenti ad assorbire parte dei deflussi dal risparmio gestito osservati nel 2023: tra coloro che investono in obbligazioni (circa un quarto del campione) la percentuale di ricchezza finanziaria investita è salita dal 23% al 28%. Nonostante la pessima performance dei mercati del 2022, la Borsa rimane un terreno da dissodare per i piccoli risparmiatori italiani; al momento, comunque, risulta una scelta minoritaria relativa a una comunità di investitori consapevoli che non supera annualmente il 5% del campione.

IN CALO IL RISPARMIO GESTITO

Dopo un decennio d'oro, nel 2023 il risparmio gestito ha subito uno scossone. Sono scesi sia i possessori di fondi e Sicav (15,5%, dal 17,3 del 2022) che quelli di gestioni patrimoniali (dal 9,3 all'8,4%); sono invece lievemente cresciuti i detentori di Etf (dal 3,3 al 4,1%) e polizze unit-linked (dal 4 al 4,6%). (continua a pag. 2)



(continua da pag. 1)

Gli investimenti alternativi hanno rappresentato, nello stesso decennio d'oro, una risposta meno strutturata alla domanda di maggior rendimento dei portafogli. Oggi i metalli preziosi raccolgono la quota prevalente di interessati (23,2%); seguono gli investimenti etici ed Esg (13,1%), mentre il mondo delle criptovalute si afferma al quarto posto (dopo gli investimenti in arte e antiquariato). Il rischio collegato a queste ultime non sembra impensierire i più giovani, i risparmiatori con redditi elevati e quelli con alti livelli di istruzione. Infine, l'interesse per l'investimento nelle start up (7%) si è riaperto nella fascia di età 25-34 anni (15,4%).

LA CASA, LA PREVIDENZA E I RISCHI NELL'EPOCA DELL'INFLAZIONE

In condizioni di alta inflazione, il mattone continua a essere considerato l'investimento migliore: l'indagine stima la ricchezza immobiliare degli italiani a ridosso dei 4.000 miliardi di euro solo per la prima casa. Il mercato immobiliare continua a essere ambito dagli italiani ma è sempre meno accessibile per i giovani, i quali, dal 2018, sono meno proprietari di immobili e fronteggiano affitti crescenti. I mutui appaiono però ancora sostenibili: solo per l'8,2% degli intervistati è alla soglia critica di un terzo delle entrate nette annuali della famiglia. Una parte non trascurabile della ricchezza degli italiani è costituita dalla promessa previdenziale, in gran parte pubblica. Il Paese vive un inverno demografico difficile da superare, ma gli italiani sono consapevoli del problema: quasi la metà accetta che per avere pensioni adeguate bisognerà lavorare di più e magari anche sottoscrivere una pensione integrativa, che però ancora non decolla (solo il 15,6% potrà contare su un'integrazione privata). Se il rischio di longevità non impensierisce molto gli intervistati, altri rischi li preoccupano maggiormente: tanto la presente indagine quanto le precedenti documentano una scarsa cultura assicurativa, anche laddove i rischi potrebbero essere coperti in modo più o meno ottimale. Il rischio che maggiormente preoccupa oggi è quello di subire un'elevata inflazione, e non c'è una polizza per questo: la tutela può essere ottenuta solo comprendendo il problema e componendo in modo adeguato le piccole e grandi scelte di consumo, risparmio e investimento.

IL PESO DELL'AUMENTO DEI PREZZI SULLE FAMIGLIE

L'inflazione è un giogo diseguale e l'analisi per cluster presente nell'indagine lo dimostra: colpisce maggiormente chi ha un paniere di consumo costituito in prevalenza da beni necessari o consumi energetici. Tali beni sono la quota largamente prevalente della spesa di chi ha abitudini di consumo più semplici e più centrate sui beni che sui servizi, che spesso appartiene alle fasce finanziariamente più fragili e con maggiori difficoltà a risparmiare. L'indagine, inoltre, fa emergere sia i comportamenti ottimali in uno scenario inflazionistico, che quelli effettivamente adottati. Dal primo punto di vista, oltre un terzo del campione fuggirebbe l'inflazione dalla parte sbagliata, cioè mantenendo il denaro liquido e/o in titoli a tasso fisso. Il 12% ritiene opportuno non far nulla e aspettare tempi migliori; tagliare il consumo per restare dentro il budget è invece la prima scelta per metà del campione. Quasi un quarto degli intervistati dichiara che, quando i prezzi aumentano, la strategia migliore è risparmiare di più; anticipare i consumi e indebitarsi sono, infine, scelte decisamente poco apprezzate. Sul fronte dei comportamenti effettivamente adottati, il 36% del campione ha utilizzato i risparmi per mantenere i consumi; il 32,7% ha rinviato le spese correnti; il 20,9% ha rinunciato a investire. Vale la pena notare, inoltre, che solo il 38% del campione è stato in grado di dare una definizione corretta dell'inflazione.

UN INVITO ALL'AZIONE

L'indagine si conclude con un invito all'azione. Nel 2022 e nel 2023, i risparmiatori e gli investitori si sono mossi senza panico, ma con tanta prudenza da sembrare paralizzati. I risparmiatori italiani sono quelli di sempre: favorevoli al mattone, rispettosi della Borsa e consci di dover risparmiare di più. Oltre a sottovalutare la differenza tra investimenti prudenti e investimenti efficienti, stentano a prendere decisioni, non scongelano l'iceberg di liquidità e tornano verso l'investimento obbligazionario, anche se più per toccare il meno possibile i portafogli che per intraprendere un nuovo viaggio. Hanno avuto il buon senso di non vendere tutto per panico e anche quello di continuare a risparmiare; per compiere la metamorfosi necessaria, tuttavia, servirebbero un bel po' di competenza e istruzione finanziaria, sia per i giovani che affronteranno il futuro, sia anche, da subito, per gli adulti



Il potenziale dell'embedded health insurance

In un contesto in cui la sensibilità sui temi della salute e del benessere personale è in crescita, le tecnologie innovative costituiscono nuove opportunità per il settore e per i pazienti, che possono godere di un servizio trasparente e personalizzato

L'embedded insurance rappresenta un modello di business in crescita, particolarmente rilevante nell'ambito della salute. Il concetto di *embedded health insurance* si configura come un'opportunità innovativa per rendere l'accesso alle cure mediche più efficiente, affrontando le sfide legate alle lunghe liste di attesa e alla consapevolezza limitata sulla salute che spesso caratterizza le persone, le quali pensano al proprio star bene solo quando si presenta un problema, trascurando la prevenzione e la diagnostica preventiva.

Il 24 novembre è stata anticipata un'anteprima dei risultati di una ricerca condotta da **Bime Consulting** per l'**Italian Insurtech Association (IIA)**. Data la novità del tema, è stato cruciale ottenere un chiarimento sull'embedded health insurance, motivo per cui sono stati rivolti specifici quesiti all'**Ivass**. L'autorità di controllo ha risposto in modo esauriente, fornendo informazioni sul proprio ruolo, la supervisione e il quadro normativo, oltre a delineare le prospettive per l'embedded health insurance. La risposta completa dell'Ivass sarà inclusa nel report conclusivo.

Parlando di embedded insurance, ci riferiamo a coperture e servizi accessibili nella vita quotidiana, al momento opportuno e in circostanze adeguate, all'interno di un'esperienza digitale orientata alle esigenze del cliente. Concentrandoci sull'embedded health insurance, vediamo che questa componente ha dimensioni significative, con previsioni a livello internazionale che indicano entrate per 660 miliardi di dollari nei servizi di salute digitale entro il 2025 e una spesa sanitaria del 12% associata a prodotti e servizi digitali.

I modelli di business recenti basati su ecosistemi hanno superato le barriere che separavano tradizionalmente settori industriali diversi. Ora, sono una realtà i gruppi assicurativi



che offrono servizi di salute, anche senza un componente assicurativa, attraverso telecomunicazioni o servizi pubblici. Oltre alle polizze sanitarie tradizionali con servizi aggiuntivi, si stanno diffondendo servizi di salute venduti indipendentemente, senza legame diretto con un prodotto assicurativo.

Occasioni di crescita note e innovative

Nel cercare di anticipare quali settori offriranno le maggiori opportunità di crescita, abbiamo individuato alcune tendenze significative. Innanzitutto, gli operatori della salute in prima linea, che si posizionano come leader in termini di opportunità di crescita. La crescente consapevolezza dell'importanza della salute ha fatto sì che questo settore diventasse centrale, con un ruolo chiave nell'offrire soluzioni innovative e accessibili.

Altri settori sono retail, telco e utility, nuovi attori nella distribuzione di salute. (continua a pag. 4)



è su Facebook

Segui la nostra pagina



(continua da pag. 3) Settori tradizionalmente estranei al mondo della salute, come il retail, le telecomunicazioni e le utility, stanno infatti emergendo come pionieri nella distribuzione di servizi legati alla salute. La diversificazione delle offerte è un segnale di una crescente consapevolezza sulla necessità di integrare la salute nella vita quotidiana.

Nuove opportunità legate all'embedded health

L'embedded health insurance offre una serie di nuove opportunità che ridefiniscono il concetto di accesso e personalizzazione. La prima opportunità è la facilità di accesso all'offerta, chiave del successo nell'embedded health: la semplificazione dei processi è fondamentale, soprattutto considerando la complessità tipica dei contratti assicurativi tradizionali e dell'accesso ai relativi servizi. Ridurre le barriere all'ingresso significa rendere la salute più accessibile e comprensibile per tutti.

Un secondo ambito di opportunità è dato da semplicità e trasparenza. L'elemento cardine dell'embedded health è proprio la semplicità: in un panorama spesso complicato, la chiarezza è fondamentale per garantire una migliore comprensione da parte degli utenti. La trasparenza nei costi e nei servizi contribuisce a costruire fiducia e favorisce un approccio più consapevole alla gestione della propria salute.

Un terzo ambito riguarda personalizzazione e iper-personalizzazione: la personalizzazione è un fattore distintivo nell'embedded health, con la capacità di comprendere in modo approfondito i bisogni individuali. In alcuni casi, si assiste addirittura a un livello di personalizzazione così elevato da poter essere definito iper-personalizzazione. Questo approccio su misura offre soluzioni più adatte e pertinenti alle esigenze specifiche di ogni individuo, creando un legame più forte tra utente e servizio.

In conclusione, l'embedded health insurance apre nuovi orizzonti nei settori della salute, con una crescente presenza di attori diversificati e opportunità che pongono al centro la facilità di accesso, la semplicità e la personalizzazione. Queste tendenze delineano il futuro della salute come un territorio in cui l'innovazione è al servizio di un benessere più accessibile e su misura per ciascuno.

Sintetizzando i risultati della ricerca in tre macro-aree, emergono alcune evidenze. L'embedded health è già una realtà e la sua importanza crescerà nel breve e medio termine; inoltre, l'attenzione principale è sulle cure primarie e sull'accesso alle reti di prestazioni sanitarie convenzionate, mentre le iniziative di prevenzione sono ancora parziali; i dati raccolti attraverso le iniziative di embedded health vengono utilizzati per migliorare lo stile di vita, evidenziando la necessità di compiere ulteriori progressi per massimizzarne il valore.

Paolo Meciani

Bime Consulting - founder

CARRIERE

Pietro Cazzola sarà il nuovo responsabile Health di Axa Italia

La nomina sarà effettiva dal primo gennaio 2024.

Il manager era head of employee benefits, sempre all'interno del settore salute



Pietro Cazzola (nella foto) sarà il responsabile Health e membro del management committee del gruppo **Axa Italia**, dal primo gennaio 2024. Cazzola riporterà direttamente al ceo **Chiara Soldano**.

Il manager, in Axa dal 2018, ha iniziato la sua carriera nella consulenza in Monitor Deloitte e Bcg, con focus sul mondo delle assicurazioni. Nel 2019 ha assunto il ruolo di head of strategy e nel 2021 quello di head of employee benefits, sempre all'interno della squadra Health.

"Sono felice di questo nuovo incarico e sono convinta che Pietro, con la sua visione strategica, le competenze maturate in questi anni, in particolare nel business salute, e la sua energia, saprà dare ulteriore impulso a un settore chiave per Axa Italia, contribuendo a realizzare il nostro nuovo ciclo strategico", ha commentato in una nota la ceo Soldano.

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

Supplemento al 20 Dicembre di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577