

PRIMO PIANO

Rami danni oltre i 44 miliardi

Per il terzo anno consecutivo i premi dei rami danni in Italia segnano una crescita alla fine del quarto trimestre e, per la prima volta, nel 2023 la raccolta ha superato i 44 miliardi di euro, assestandosi a 44,7 miliardi. Lo rende noto l'Ania nella sua rilevazione su Ania Trends. Alla fine del quarto trimestre 2023, quindi, i premi totali del portafoglio diretto italiano nel settore danni sono stati pari a 44,7 miliardi, in aumento del 7,7% rispetto alla fine del 2022, quando il settore aveva comunque registrato una crescita del 6%. In particolare, le compagnie nazionali ed extra europee sono cresciute del 6,6% mentre le rappresentanze di imprese europee hanno registrato un incremento più che doppio, cioè oltre il 14%.

L'aumento del totale dei premi, sottolinea l'associazione delle imprese, è ascrivibile sia allo sviluppo del settore non auto, che ha registrato una variazione positiva del 7,4%, sia all'aumento del comparto auto, cresciuto dell'8%, "per effetto soprattutto dell'aumento dei premi del ramo corpi veicoli terrestri (+13,6%) e, in parte, anche dei premi del ramo Rc auto che hanno registrato un incremento pari al 6,3%", si legge su Ania Trends. Per quanto riguarda la distribuzione, continua il calo del canale agenziale, che nel 2023 ha intermediato il 72,9% degli affari danni contro il 73,3% del 2022.

F.A.

EVENTI

Promuovere la consapevolezza in ambito salute

Con questo obiettivo MetLife ha promosso un incontro, lo scorso 9 aprile a Milano, per parlare di un argomento difficile, che in genere suscita immediate reazioni di terrore: il tumore. La medicina, tuttavia, ha fatto (e sta facendo) nella diagnosi precoce e nella cura progressi mai visti in precedenza, grazie ai quali questa parola oggi non rappresenta più una condanna per chi ne è colpito

La crescente attenzione che il settore assicurativo dedica al tema della salute è testimoniata dalla promozione di numerose iniziative che si muovono nell'ottica di accrescere la consapevolezza delle persone su questi argomenti. Va in questo senso l'appuntamento che **MetLife** ha organizzato lo scorso 9 aprile a Milano, e che è stato promosso nell'ambito delle attività per la sostenibilità e il perseguimento dell'obiettivo *Salute e benessere* dell'agenda 2030 dell'Onu.

L'incontro, dal titolo *MetLife Human Health Summit – Innovazione e scienza incontrano le persone*, è stato dedicato al tema delle malattie gravi, e ha visto la partecipazione in qualità di relatori di **Paolo Veronesi**, rinomato chirurgo e presidente della **Fondazione Umberto Veronesi**, **Federico Cabitza**, professore di interazione uomo-macchina all'**Università degli studi di Milano-Bicocca**, e **Sabina Rasia**, psicologa presso la **Fondazione Ant**.

"Noi crediamo che il sistema assicurativo debba mettere a disposizione prodotti adeguati – ha spiegato nei suoi saluti introduttivi il general manager di MetLife, **Maurizio Taglietti** – e siamo consapevoli del fatto che dobbiamo offrire un contributo forte per aumentare la formazione e la consapevolezza. Questo è il motivo per il quale abbiamo organizzato questo evento".

UNA PAROLA CHE SI HA PAURA A PRONUNCIARE

Il primo relatore, Paolo Veronesi, ha introdotto la parola chiave dell'appuntamento cioè tumore. "Un termine – ha osservato – che fa ancora paura, attorno a cui c'è molto terrore, anche se non è la prima causa di morte in Italia: la prima sono i problemi cardiovascolari". Veronesi ha spiegato che, oltre a esserci diverse forme benigne, sono molti i tipi di cancro assolutamente prevenibili. "Certo – ha ammesso – ci sono alcuni tumori, come quelli al pancreas o all'encefalo su cui facciamo fatica sia in termini di prevenzione sia di cura. Ma imparare e informarsi su cosa sia veramente un tumore non deve più fare paura, la più gran parte dei casi si cura". In Italia ci sono 3,6 milioni di persone che hanno avuto una diagnosi di cancro e che si sono curati, superando il problema.

(continua a pagina 2)



Un momento dell'evento

(continua da pagina 1) Ma chi è che si ammala di più? “Il tumore – ha detto Veronesi – è legato nella gran parte dei casi all’età. La vita si è allungata e quindi emergono più casi. È anche vero però che c’è un abbassamento dell’età di insorgenza, ad esempio per i tumori a prostata, intestino, mammella, anche in persone più giovani. Bisogna capire il perché, e sicuramente ci sono alcuni elementi da considerare, ad esempio il fatto che negli anni della pandemia sono stati sospesi molti screening di prevenzione. Ma molto probabilmente il principale fattore è legato anche ai nostri stili di vita: quello che mangiamo, beviamo, il fumo”.

I casi aumentano ma la mortalità dei tumori diminuisce, grazie alle diagnosi precoci e alla rivoluzione nel campo dell’oncologia medica che negli ultimi cinque anni ha visto una grande innovazione di terapie alternative alla chemioterapia. Un’altra rivoluzione è rappresentata dal miglioramento della qualità della vita delle persone, con terapie rivolte alle caratteristiche biologiche del tumore. “Questo – ha spiegato Veronesi – ci permette di curare malattie anche avanzate. Oggi ci sono una serie di farmaci che evitano molti degli effetti collaterali delle terapie, e in molti casi la chemioterapia si evita del tutto. Alcuni tumori si possono curare con delle cure ormonali, ad esempio quello alla mammella, altri con terapie a base di anticorpi monoclonali.

C’è anche una componente genetica, di predisposizione: “vi sono famiglie in cui c’è un’altra concentrazione di casi di tumore, portando a pensare che ci sia una mutazione genetica. In questi casi si possono fare dei test genetici, in ottica predittiva, per sapere a cosa si può andare incontro facendo degli esami e screening ad hoc”, ha concluso Veronesi.

PREVENZIONE CON L’INTELLIGENZA ARTIFICIALE

E proprio in tema di medicina predittiva, una delle nuove frontiere della prevenzione in ambito medico è rappresentata dall’impiego dell’intelligenza artificiale, di cui ha parlato Federico Cabitza. Le applicazioni di questi sistemi sono innumerevoli. “L’AI in medicina – ha spiegato – può essere usata solo se validata da una serie di verifiche di certificazione, in ambito europeo abbiamo la marcatura CE e deve avere una destinazione precisa in ambito medico”. Cabitza ha portato l’esempio di un gruppo di ricerca per sviluppare un sistema di interpretazione degli esami del sangue generici per il paziente. “I risultati – ha detto – sono incoraggianti, e l’impiego di questi sistemi è utile per evitare il sovraccarico del sistema sanitario. Però – ha aggiunto – nel caso dell’AI generativa credo che serva ancora tempo per sviluppare sistemi davvero utili al sistema medico”. “L’AI è un insieme di sistemi che devono essere in mano a persone competenti. Dobbiamo capire quali sono le loro potenzialità e anche i loro limiti”. Nel caso dell’AI predittiva, l’intelligenza artificiale non guarda altro al di là dei dati, “quindi – ha osservato il professore – c’è bisogno di fare un accoppiamento. L’AI addestrata sulle immagini è in grado di prevedere malattie e su questa base ci permette di prevedere il futuro. Riesce a riconoscere dei patterns, degli schemi che normalmente non sarebbero riconoscibili nemmeno da un operatore esperto”. Cabitza ha ammesso che è difficile fare previsioni sullo sviluppo dell’AI: “nel giro di poco tempo osserviamo cambiamenti enormi. Però molte innovazioni, per essere davvero tali, devono avere la capacità di poter essere adottate”.

IMPARARE AD AFFRONTARE LA MALATTIA

Oltre alla ricerca medica, un altro aspetto affrontato nel corso dell’incontro riguarda l’aspetto emotivo della persona colpita dalla malattia. Ne ha parlato Sabina Rasia, che quotidianamente è a contatto con i pazienti. “Una diagnosi di cancro – ha detto – genera uno shock, un profondo disorientamento che si dice sia simile a quello di una scossa di terremoto”. Nel paziente si apre una crepa emotiva che assume le caratteristiche del trauma. “La paura della perdita delle proprie prospettive di vita causa un dolore che non è solo fisico. Compito di noi psicologi – ha sottolineato Rasia – è quello di dare al paziente una mente sostitutiva per prendere i suoi pensieri onerosi e sminuzzarli in modo che possa elaborarli”. La Fondazione lavora da più di 46 anni nell’assistenza domiciliare ai malati oncologici, fornendo appoggio anche alle famiglie dei malati. “Nel caso di cronicizzazione della malattia – ha aggiunto Rasia – dal punto di vista psicologico si apre una sfida forte: la malattia può avere diverse fasi che possono avere specifiche caratteristiche emotive. Bisogna aiutare il paziente a riorganizzare la propria vita per conciliare i tempi e gli spazi della malattia con i tempi e gli spazi della propria quotidianità”. Questo è molto oneroso dal punto di vista psichico. Quando c’è una diagnosi di tumore anche la famiglia viene impattata da questo cambiamento. In Italia ci sono più di sette milioni di caregivers, di questi tre milioni assistono chi ha una malattia oncologica. “Una vita dignitosa a un paziente – ha concluso la psicologa – si costruisce cercando di garantire continuità di ascolto, di presenza e capacità di offrire una speranza, in primis di non soffrire e di essere riconosciuti nella propria dignità di malati”.



© sasint - Pixabay

COMPAGNIE

Unipol, la reputazione è un punto di forza

Secondo il modello costruito da The RepTrak Company, società internazionale specializzata nella misurazione della reputation, il gruppo è leader nei settori assicurativo e bancario

Il gruppo **Unipol** è primo per reputazione tra le imprese del settore assicurativo e bancario, secondo il modello costruito da **The RepTrak Company**, società internazionale specializzata nella misurazione della reputation, che ogni anno valuta 7.000 aziende che operano in 40 mercati.

Il programma di *Reputation Management* consisteva, da un lato, nella misurazione su base mensile della reputazione aziendale presso un campione rappresentativo della popolazione italiana, e dall'altro da una verifica annuale presso "sei stakeholder chiave", come definiti da The RepTrak Company. Il gruppo, nonostante sia in atto un calo reputazionale generalizzato e trasversale a molti settori aziendali, si conferma al primo posto con un incremento di 9,9 punti rispetto alla media reputazionale del settore assicurativo, e di 10,7 punti rispetto alla media delle banche. "Un divario positivo rispetto al settore assicurativo in costante crescita, passato dai +5,7 punti del 2019 ai +9,9 del 2023, per una performance reputazionale pari a 77,6 punti su una scala da 0 a 100 che colloca Unipol nella fascia strong (70-79)", sottolinea The RepTrak Company.

Ma a cosa è associato il profilo reputazionale di Unipol? Prevalentemente, fa sapere la società di rilevazioni, "alle buone percezioni della popolazione italiana legate all'innovazione espressa nell'ambito dei prodotti, dell'impatto sociale e della visione futura". Prodotti considerati "innovativi e accessibili grazie all'integrazione di soluzioni assicurative con prodotti e servizi sviluppati con altri partner" e quindi "sempre più rilevanti per la società e concretamente in grado di migliorare la vita delle persone".

Ma anche la solidità patrimoniale e le "forti prospettive



di crescita" sono tra gli aspetti rilevanti che fanno percepire Unipol come un partner affidabile e "all'avanguardia".

Il gruppo Unipol cita "tra i passaggi salienti" di questi anni l'ingresso della reputazione come obiettivo e asset del piano strategico 2022-2024, *Opening New Ways*, ma anche l'inserimento della reputazione come metrica per il sistema di mbo (management by objectives) dei dirigenti, oppure l'approvazione del modello di governance integrata della reputazione e la creazione di organi aziendali per la gestione proattiva della reputazione, insieme alla creazione della dashboard dei kpi reputazionali.

Fabrizio Aurilia



è su **LinkedIn**

Segui la nostra pagina

#113
aprile 2024

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
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

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

LA GRA CAMBIA

PERITI

24 ATTUAL

*a property:
zero*

*Sostenibilità,
italiano delle
Ibips*

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 12 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577