

## PRIMO PIANO

### CA Italia, bene le polizze

Il gruppo Crédit Agricole Italia ha chiuso il 2024 con un utile netto di 808 milioni di euro, in crescita del 14,1% su base annua. Al risultato, secondo una nota stampa diffusa oggi dalla società, contribuiscono in maniera significativa anche i business delle assicurazioni e del risparmio gestito.

Il gruppo, nel dettaglio, evidenzia una "significativa evoluzione dei premi delle polizze ramo danni (+14% a/a), che beneficiano della customer experience digitale e del potenziamento dei servizi di consulenza assicurativa". Bene anche il settore del risparmio gestito, che chiude l'esercizio con masse per 53,9 miliardi di euro (+7,8%) sulla scia del buon momento di tutti i comparti e, in particolare, del +15,4% messo a bilancio dal business dei fondi comuni e delle gestioni patrimoniali. In ripresa la componente assicurativa, con un rialzo dell'1,3% su base annua.

La positiva performance della divisione assicurativa in Italia trova conferma anche nei risultati annuali che sempre oggi sono stati diffusi da Crédit Agricole Assurances. In un esercizio segnato dal record da 43,6 miliardi di euro nella raccolta assicurativa (+17,2%), spicca infatti il risultato messo a bilancio dal mercato italiano: ricavi per 4,8 miliardi di euro e balzo del 32,2% su base annua.

Giacomo Corvi

## RICERCHE

### Hays Italia, ora le aziende sono pronte ad assumere

**Stando a una recente analisi della società di recruiting, l'anno scorso più della metà delle nostre imprese ha aumentato l'organico e le intenzioni per quest'anno sono addirittura migliori. Dal punto di vista dei lavoratori, invece, nella scelta di un impiego è sempre più importante il pacchetto benefit**

Nel 2025 si prospetta un mercato del lavoro dinamico, con numerosi imprenditori pronti ad assumere (81%), anche se per molte aziende rimane difficile trovare o trattenere i talenti. Molti lavoratori insoddisfatti (40%), soprattutto donne e over 50, con basse prospettive di carriera e tanti (51%) pronti a cambiare lavoro per mancanza di opportunità future o basso stipendio. Nella scelta di un impiego i benefit sono sempre più importanti, insieme all'ormai irrinunciabile lavoro agile. Cresce l'attenzione per il benessere mentale, mentre le tecnologie e gli strumenti di AI generativa non sono più un tabù ma una grande opportunità, soprattutto per i giovani.

Sono questi alcuni dei dati emersi dall'ultima *Hays Salary Guide 2025*, l'annuale report di **Hays Italia** che monitora i principali trend del nostro mercato del lavoro per il 2024 e le aspettative per il 2025. L'indagine è stata condotta su un campione di circa mille intervistati tra colletti bianchi e aziende.

#### I PRINCIPALI OSTACOLI ALLA CRESCITA DELLE IMPRESE

Nel 2024 quasi sei aziende su dieci hanno dichiarato di aver aumentato il proprio organico e per il 2025 più di otto su dieci hanno intenzione di assumere soprattutto figure a tempo indeterminato (68%). In questo contesto positivo, le imprese devono però scontrarsi con alcune criticità che limitano il raggiungimento dei loro obiettivi, tra le quali spiccano la carenza di competenze e la difficoltà a trattenere il personale. Secondo le aziende, cause principali di tali problemi sono la mancanza di formazione e di sviluppo professionale (39%), il calo di professionisti che entrano nel mercato del lavoro nel loro settore (36%) e i bassi livelli retributivi (34%). (continua a pag. 2)



© Andrea Polini - pixabay



 **Insurance  
Connect**

è su **Twitter**

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1)

Per superare questi ostacoli, nel 2025 ben l'85% delle imprese è pronta a investire in ambito HR con programmi di formazione per i dipendenti (41%), adottando misure per trattenere i talenti (40%) e adattando le proprie strutture organizzative (31%).

## I FATTORI PIÙ IMPORTANTI PER UN NUOVO LAVORO

Nel 2024 solo sei professionisti su dieci erano soddisfatti del proprio impiego (in linea con lo scorso report), con i totalmente felici che rappresentavano una minima parte dei rispondenti (l'8%). Questo significa che quattro su dieci vivono una situazione di malessere: un esercito composto da milioni di individui (perlopiù donne e over 50) pronti a trovare strade alternative. Per il 2025 la metà di essi prevede di lasciare la propria società per un'altra (47%) o per mettersi in proprio (4%), soprattutto per mancanza di opportunità future (per il 44%), stipendio basso (43%) o ruolo poco stimolante (32%). In aggiunta, più della metà del campione è convinto che all'interno della propria azienda non ci sia una reale possibilità per poter crescere.

Quando si considera un nuovo lavoro, la retribuzione è importante ma non è l'unico aspetto: rispetto allo scorso anno il pacchetto benefit è in assoluto il più apprezzato, indicato dal 49% degli intervistati. Seguono ruoli e progetti stimolanti (43%), un ambiente lavorativo adeguato (43%), lo smart working (42%) e la crescita professionale (38%).

Le aziende hanno capito l'importanza dei benefit come strumento HR, tanto che per il 61% delle imprese è diventato il fattore più importante per attrarre e trattenere il personale, molto più delle iniziative di sviluppo della carriera. Attualmente quasi sette professionisti su dieci dichiarano di ricevere dei benefit, principalmente sotto forma di buoni pasto, lavoro flessibile, assicurazione sanitaria o copertura medica privata (ma i più apprezzati sono lo smart working per il 53%, e l'auto aziendale per il 46%).

## AUMENTANO LE RETRIBUZIONI MA RESTA ALTA L'INSODDISFAZIONE

Nel 2024 lo stipendio medio annuo lordo dei colletti bianchi si attesta intorno ai 56mila euro, in aumento del 3,7% rispetto al 2023. I compensi variano significativamente a seconda delle posizioni, da junior/specialist (35mila) a c-level (98mila euro).

(continua a pag. 3)



The banner features a blue background with a grid pattern. On the left, there is a stylized illustration of a yellow figure with a lightbulb above its head, surrounded by smaller figures. In the center, the text 'IDEAS & TALKS' is written in white on an orange rectangular background. To the right, the 'Insurance Connect' logo is visible, featuring a globe icon and the text 'Insurance Connect'. Above it, 'BI BUSINESS INSURANCE' is written in white on a dark blue background. The main title of the event is 'LA DIMENSIONE COLLETTIVA E MORALE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE' in white capital letters. Below it, the subtitle 'Quale connotazione e quali funzioni affidare al concetto di umanità applicabile all'AI?' is written in white. The speakers are listed as 'a cura di: Marco Burattino e Gianluca Zanini'. The date and time are '11 febbraio 2025 | 11:00 - 11:15'. At the bottom, there is an orange button with the text 'Per registrarti clicca qui' in white.

**IDEAS & TALKS**

**LA DIMENSIONE COLLETTIVA E MORALE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

*Quale connotazione e quali funzioni affidare al concetto di umanità applicabile all'AI?*

a cura di:  
**Marco Burattino e Gianluca Zanini**

11 febbraio 2025 | 11:00 - 11:15

**Per registrarti clicca qui**

(continua da pag. 2)

Tra i settori più remunerativi si trovano life sciences con una ral media di 71.700 euro e banking con circa 69.800.

Anche se i dati a livello generale sono in leggera crescita, secondo molti lavoratori (57%) l'attuale stipendio non è adeguato alle responsabilità che ricoprono e oltre quattro professionisti su dieci (43%) continuano a essere insoddisfatti della propria situazione economica. Nel 2024, più della metà del campione intervistato non ha ricevuto alcun aumento retributivo e per il 2025 il 63% non si aspetta un incremento. I più fortunati, invece, hanno visto crescere la busta paga principalmente perché hanno cambiato lavoro (il 32%), il 21% per prestazioni individuali e il 20% per promozioni. Nel 2025 se per il 42% delle aziende non ci saranno politiche retributive aggiuntive, per il 55% sono previsti aumenti (ma contenuti).

### L'AI SI FA STRADA MA SERVE PIÙ FORMAZIONE

L'intelligenza artificiale si sta affermando sempre più nel mondo del lavoro. La quota di professionisti che dichiara di utilizzare tecnologie o strumenti di AI generativa è passata dal 20% del 2023 al 43% nel 2024, con punte che arrivano al 58% tra i più giovani, convinti che possano portare vantaggi in termini di aumento della produttività, della creatività e della generazione di idee, riducendo al contempo l'errore umano.

Chi invece non si è ancora avvicinato all'utilizzo dell'AI sul lavoro indica come motivo principale la mancanza di comprensione e competenze. Un gap che andrà colmato se si vuole essere competitivi, anche perché a oggi l'88% dei lavoratori ritiene di non aver ricevuto una formazione adeguata da parte dell'azienda, nonostante la maggior parte sarebbe disposta a partecipare a programmi di aggiornamento o riqualificazione. Anche la maggior parte delle imprese si dichiara favorevole: quasi otto su dieci, consentiranno ai dipendenti in futuro di utilizzare l'AI in ambito lavorativo, monitorandone però l'uso.

### UN TEAM MULTIGENERAZIONALE È UN VALORE PER LA CRESCITA

A oggi, nello stesso ambiente lavorativo convivono quattro generazioni diverse. Secondo il 74% del campione analizzato, la multigenerazionalità è un asset positivo, in grado di migliorare le performance dell'azienda (ne sono convinti



soprattutto gli over 65). Il principale vantaggio sta nella diversità di prospettive.

Otto senior su dieci, sorprendentemente, hanno un giudizio molto o abbastanza positivo dei giovani, attribuendo loro la capacità di avere una visione diversa e di introdurre idee innovative e creative. I detrattori, invece, mettono in evidenza la superficialità dei giovani e il fatto che il lavoro non sia ai primi posti tra le loro priorità. I giovani sono un po' meno positivi (66%), ma ai più senior riconoscono una grande esperienza e vedono in loro figure da cui potrebbero imparare molto. I critici, invece, portano alla luce la mentalità poco flessibile, il poco adattamento al cambiamento e la scarsa apertura al confronto.

Concludendo, per manager, imprenditori ed HR è importante gestire i team multigenerazionali in modo adeguato, affinché le competenze e l'esperienza di ciascuna fascia d'età possano trasformarsi in un vantaggio competitivo per l'azienda.

**Michele Starace**



INSURANCE  
REVIEW

è su Facebook

Segui la nostra pagina



## Cocooners insieme a Blue Assistance per la prevenzione

**Grazie alla nuova partnership, la community senior della start up potrà accedere a un pacchetto sanitario personalizzato e digitale messo a disposizione dalla società di Reale Group**

La start up **Cocooners** aggiunge ai suoi servizi la carta **Qurakare** che offre ai consumatori senior l'accesso a **Blue Health Center**, la struttura sanitaria digitale controllata al 100% da **Blue Assistance (Reale Group)**. Più nello specifico, la nuova offerta permetterà ai membri della community di Cocooners di accedere a un percorso digitale di prevenzione e cura, garantendo la possibilità di ricevere prestazioni mediche da remoto, comprese eventuali prescrizioni di farmaci e accertamenti.

I servizi inclusi nella carta Qurakare spaziano da quelli sanitari, come televisite illimitate con un medico generico consultabile 24/7 (su prenotazione) o percorsi di prevenzione personalizzati su base anamnestica, fino a servizi con accesso a tariffe preferenziali come prestazioni mediche e visite specialistiche, esami diagnostici o consegna di farmaci.

Il lancio della carta sarà accompagnato da una campagna digitale strategica su Google e Meta, realizzata con il supporto dell'agenzia **Kyplon**. Per garantire una gestione efficace e in tempo reale delle lead generate, verrà impiegato un avanzato agente AI sviluppato da **Digitiamo**. Questo strumento utilizzerà WhatsApp per avviare conversazioni in linguaggio naturale con gli utenti, fornendo tutte le informazioni necessarie sul servizio. L'agente AI guiderà gli utenti verso

la conversione sulla landing page o, in alternativa, faciliterà la prenotazione di un appuntamento telefonico con lo staff di Cocooners per un approfondimento personalizzato.

### Abitudini e necessità degli over 55

Il 96% degli over 55 considera fondamentale accedere a esami diagnostici e visite specialistiche a prezzi convenzionati presso un network di strutture sanitarie distribuite sul territorio. Per il 94% è essenziale prenotare rapidamente tramite telefono o pc, mentre il 70% ritiene indispensabile la disponibilità di un medico per consulti telefonici o video. Sono alcuni dei risultati della terza edizione del **Longevity Barometer (2024)**, l'osservatorio creato da Cocooners, in collaborazione con **Research Dogma**, per indagare abitudini, necessità ed evoluzioni dei consumatori senior.

Al centro dei loro progetti di vita ci sono i viaggi (53%) e, in generale, il benessere legato allo sport o alle attività del tempo libero: il 91% presta attenzione alla propria salute e alla forma fisica. Non temono il passare del tempo ma lo vedono come un'opportunità per prendersi cura di sé e vivere pienamente. Per la quasi totalità (91,5%) del campione preso in esame dall'Osservatorio (100 utenti senior della community Cocooners intervistati nel mese di novembre), esami e prevenzione sono un must per ritardare l'invecchiamento e vivere meglio e più a lungo.

L'81% dichiara di essere in un buon stato di salute e il 56% si ritiene soddisfatto del servizio sanitario legato alla zona in cui vive, in particolare delle farmacie locali (apprezzate dall'83%) e dei medici di base (57%). Ma il livello di gradimento scende quando si guarda agli ospedali (36%), ai servizi di ambulanza (28%), ai pronto soccorso (16%) e alla guardia medica (13%). Per questo diversi senior hanno già stipulato forme di protezione assicurative per le spese mediche, anche se non sempre con coperture molto ampie, per lo più per visite specialistiche.

M.S.



© fernando zhiminaicela - pixabay

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