

PRIMO PIANO

Il valore di Generali per Mediobanca

Mps conferma l'intenzione di assumere il controllo di Mediobanca. L'ha ribadito oggi l'amministratore delegato Luigi Lovaglio, in occasione della conference call indetta per commentare i risultati finanziari del 2024. La combinazione fra i due istituti bancari, ha detto, può creare "un nuovo campione nazionale". Nel dettaglio, il manager ha evidenziato che la complementarietà tra le due banche potrebbe consentire di creare un valore ben superiore alle sinergie lorde stimate in 700 milioni di euro che, ha specificato, sono soltanto "quelle minime iniziali". Il piano resta dunque quello di rilevare il controllo dell'istituto milanese. "Nella fase attuale restiamo su questo e non prendiamo in considerazione uno scenario diverso", ha detto il manager.

Interrogato quindi sulle dimensioni relative delle due banche in termini di capitalizzazione di mercato, Lovaglio ha sottolineato che sul valore di Piazzetta Cuccia incide parecchio la partecipazione in Generali. "La capitalizzazione di mercato di Mediobanca è supportata dal crescente peso della quota di Generali, del valore di circa sei miliardi di euro", ha commentato l'amministratore delegato di Mps. Lo scorso 23 gennaio 2025, ossia il giorno prima dell'ops, la partecipazione in Generali rappresentava circa il 47% della capitalizzazione di Mediobanca.

Giacomo Corvi

MERCATO

Un nuovo paradigma per affrontare la non autosufficienza

Il progressivo invecchiamento della popolazione italiana e le criticità del settore pubblico rendono sempre più attuale il tema dell'assicurazione salute e in particolare della long term care. Gli intermediari, debitamente preparati, possono giocare un ruolo nella crescita della consapevolezza rispetto ai rischi legati alla qualità della vita nella vecchiaia

La crescente non autosufficienza in Italia, alimentata dall'invecchiamento della popolazione e dal miglioramento delle condizioni di vita, è un fenomeno che sta sollevando enormi sfide per il sistema sanitario e assistenziale del paese. In Italia oltre 2,5 milioni di persone vivono in condizione di disabilità nelle funzioni della vita quotidiana, di questi la gran parte risiede in ambito familiare, senza ricevere adeguato supporto da parte dei servizi pubblici. La situazione non solo evidenzia l'esigenza di una risposta robusta da parte dei servizi pubblici e privati, ma mette in luce anche una delle maggiori criticità del sistema: l'enorme livello di sottoassicurazione.



LA NON AUTOSUFFICIENZA: UN PROBLEMA CHE CRESCE

Il problema della non autosufficienza è destinato ad aumentare in modo esponenziale nei prossimi anni, complicato da una bassa percezione del rischio e dei costi associati a tale stato. In Italia, l'aspettativa di vita in salute non è particolarmente elevata e il numero di anziani con difficoltà nelle attività quotidiane è in continuo aumento. Secondo le proiezioni Istat, la popolazione over 65, che nel 2021 rappresentava il 23% della popolazione totale, salirà al 30% entro il 2030, con un incremento proporzionale dei non autosufficienti. Questo scenario richiede una risposta urgente e articolata, che va ben oltre le politiche di welfare pubblico e coinvolge anche il settore privato.

(continua a pag. 2)

in

Insurance
Connect

è su LinkedIn

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina

(continua da pag. 1)

COLMARE IL GAP TRA PUBBLICO E ASSICURAZIONE

I servizi di long term care (Ltc) erogati dal sistema pubblico sono sotto pressione. Il livello insufficiente delle tariffe riconosciute ai gestori delle strutture e la carenza di risorse umane qualificate mettono a rischio la sostenibilità economica di queste strutture. La difficoltà di reclutamento di personale sanitario e assistenziale si accompagna alla scarsità di figure professionali in grado di rispondere alle specifiche esigenze delle strutture. Le carenze si manifestano in modo evidente nelle strutture socio-sanitarie, dove si segnala una carenza del 18% di medici e infermieri, e dell'11% di operatori socio-sanitari (Oss). Al di fuori del welfare pubblico, un ampio segmento di anziani e famiglie si trova costretto a organizzarsi autonomamente, spesso ricorrendo a risorse proprie o affidandosi a badanti.

La crescente domanda di servizi Ltc ha evidenziato anche un'enorme carenza di coperture assicurative. Nonostante i costi elevati legati alla non autosufficienza, la percezione del rischio da parte degli italiani rimane bassa. Pochi sono consapevoli dei costi reali di una non autosufficienza prolungata e la cultura dell'assicurazione sanitaria in Italia è ancora poco radicata.



IL RUOLO DEGLI INTERMEDIARI: SERVE UN CAMBIAMENTO

Gli intermediari svolgono un ruolo fondamentale nella diffusione dell'assicurazione salute e Ltc, ma per avere successo devono adattarsi a un contesto in rapida evoluzione. In passato, gli intermediari si limitavano a vendere polizze assicurative standard, senza entrare troppo nel merito delle reali esigenze dei clienti. Oggi il ruolo degli intermediari si sta trasformando in quello di consulenti, capaci di offrire soluzioni personalizzate che integrano copertura sanitaria e servizi aggiuntivi. Gli intermediari devono essere in grado di comprendere le necessità specifiche delle famiglie, soprattutto quelle con anziani non autosufficienti, e proporre soluzioni che rispondano a queste esigenze.

Inoltre, è fondamentale che gli intermediari abbiano una buona conoscenza dei trend demografici e sanitari, oltre a essere preparati a gestire conversazioni complesse sulla non autosufficienza. La formazione e l'aggiornamento continuo sono essenziali per rimanere competitivi in un settore in rapida evoluzione.

(continua a pag. 3)

a partner of
BI
BUSINESS
INSURANCE

**Insurance
Connect**

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)

L'offerta delle compagnie di assicurazione diventata gradualmente più sofisticata e gli intermediari devono essere pronti a comprendere e spiegare i nuovi prodotti, che vanno oltre la semplice copertura sanitaria per abbracciare l'assistenza a lungo termine e i servizi innovativi.

PIÙ INFORMAZIONE PER UNA MAGGIORE CONSAPEVOLEZZA

Un aspetto cruciale nell'acquisto di polizze per le cure a lungo termine riguarda la consapevolezza dei rischi e dei costi associati alla non autosufficienza. La cognizione da parte dei figli adulti sui rischi delle Ltc ha un impatto significativo sulla loro propensione a sottoscrivere una polizza assicurativa, sia per sé stessi sia per i propri genitori.

Un dato rilevante emerso da uno studio indica che, dopo essere stati adeguatamente informati sui rischi delle Ltc, il 29% delle persone che inizialmente non erano interessate all'acquisto di una polizza ha cambiato idea. Questo risultato evidenzia come molte persone inizialmente possano sottovalutare i costi e le difficoltà finanziarie legate alla non



autosufficienza, considerando tali scenari come eventi lontani o improbabili. Tuttavia, quando vengono forniti dettagli concreti e precisi sui costi reali delle cure a lungo termine, si assiste a un cambiamento di mentalità, con un incremento significativo della domanda di polizze assicurative.

Inoltre, la maggiore consapevolezza dei figli adulti sui rischi legati alle Ltc ha effetti anche sulle scelte dei genitori. Lo studio ha rilevato che quando i figli sono meglio informati sui rischi delle Ltc, non solo diventano più propensi ad acquistare un'assicurazione per conto dei propri genitori, ma sono anche in grado di influenzare direttamente la decisione dei genitori stessi. Questo fenomeno sottolinea l'importanza di educare i figli adulti riguardo ai rischi delle Ltc, poiché sono loro che possono svolgere un ruolo fondamentale nell'assicurare che i propri genitori siano protetti adeguatamente.

IL FUTURO DELL'ASSICURAZIONE SALUTE E LTC

Per avere successo nel settore dell'assicurazione salute e Ltc, gli intermediari dovranno essere in grado di rispondere alla necessità di un'educazione più approfondita riguardo i rischi legati alla non autosufficienza. Gli intermediari dovranno essere preparati a gestire un dialogo costante con le compagnie di assicurazione per garantire che le polizze proposte siano in grado di rispondere alle esigenze di un mercato sempre più sofisticato.

Inoltre, la formazione degli intermediari deve evolversi verso una preparazione più completa, che non si limiti alla vendita di polizze ma che includa anche competenze legate alla gestione del rischio e alla comprensione delle politiche di Ltc.

La non autosufficienza è una delle principali sfide demografiche e sanitarie per l'Italia. L'invecchiamento della popolazione e l'aumento della disabilità richiedono un cambiamento radicale nell'approccio alla cura e all'assistenza. Le compagnie assicurative e gli intermediari devono adattarsi a questo nuovo contesto, offrendo soluzioni integrate che vadano oltre la semplice copertura sanitaria. Solo con un'offerta più articolata e personalizzata, supportata da una rete distributiva preparata e informata, sarà possibile rispondere alle esigenze di una popolazione sempre più anziana e non autosufficiente.

Paolo Meciani,
founder di Bime Consulting



INSURANCE
REVIEW

è su **Twitter**

Seguici cliccando qui



INTERMEDIARI

La start up under 30 nata nel segno dell'embedded insurance

Si chiama ilmiobrokerassicurativo.it la realtà fondata da Sebastiano Andreis e Simone Alberto che ha recentemente completato un finanziamento da mezzo milione di euro per sviluppare il proprio modello B2B2C totalmente digitale

Ha lo sguardo concentrato sull'embedded insurance **ilmiobrokerassicurativo.it**, la società nata per iniziativa di due under 30, **Sebastiano Andreis** e **Simone Alberto**, che ha appena chiuso un aumento di capitale da 470mila euro.

La start up nasce con l'intento di operare, come accennato, nell'ambito dell'embedded insurance attraverso un modello B2B2C, rivolgendosi "a qualsiasi tipo di azienda" per "integrare facilmente polizze assicurative nella vendita di prodotti e servizi", spiega un comunicato. L'azienda parte volando alto: "il nostro obiettivo – spiega il co-founder e ceo Sebastiano Andreis – è la democratizzazione dei beni, cioè rendere i servizi assicurativi accessibili a più persone e con canali differenti rispetto a quelli tradizionali".

Per farlo, la start up ha integrato una tecnologia che consente agli utenti di aggiungere un'assicurazione direttamente durante l'acquisto di un prodotto su un marketplace online o attraverso un QR code nei negozi fisici, consentendo così alle imprese clienti, di integrare facilmente prodotti assicurativi nei loro processi di vendita. La soluzione, spiega il comunicato, è "scalabile, veloce da implementare e pensata per aumentare le conversioni e la fiducia dei clienti verso il brand". De Andreis sottolinea che "volendo fare un paragone, **ilmiobrokerassicurativo.it** vuole essere ciò che è stato **AirBnb** per il mondo dell'hospitality: una piattaforma accessibile e disponibile a chiunque abbia una stanza da affittare".

Con i 470mila euro ricevuti da investitori come **Zest**, **Ventive**, **Rigel**, **Moffu Labs**, **Potakoy**, **Afp capital**, **Insquared**, **Mival capital** e un veicolo d'investimento **Nano 4 Future**, **ilmiobrokerassicurativo.it** "vuole digitalizzare ancora di più il business, ampliare il team e iniziare a guardare all'Europa". Le risorse arrivate con l'aumento di capitale serviranno alla start up per implementare strumenti di intelligenza artificiale per automatizzare la gestione dei sinistri e inserire un AI assistant specifico per il settore assicurativo. "Stiamo inserendo l'AI in quasi tutti i processi, sia aziendali per snellire e



velocizzare il lavoro manuale, sia al servizio degli utenti. Sta per uscire il nostro AI Insurance assistant che permetterà di avere uno strumento a supporto per tutti gli operatori del mercato assicurativo", ha detto l'altro co-founder e cto, Simone Alberto.

Un altro obiettivo è quello di allargare il team, ora composto da sette persone, tutte under 30: la start up punta a inserire un business developer e due professionisti che conoscano il settore assicurativo e abbiano lavorato con modelli di business affinity o B2B2C.

Il biennio 2025/2026 sarà di consolidamento nel mercato italiano; successivamente la start up si propone di guardare anche ad altri mercati. "l'ambizione è sicuramente quella di espanderci in Europa, mercato che oggi vale 500 miliardi di premi assicurativi. L'obiettivo prefissato in questo senso guarda al 2027, partendo da paesi con normative assicurative simili alle nostre, come Francia, Portogallo e Spagna", ha affermato il co-founder.

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