

PRIMO PIANO

Howden punta sul welfare

Howden ha annunciato oggi l'acquisizione di Barnett Waddingham, una delle principali società di consulenza del Regno Unito nei settori del rischio, delle pensioni, degli investimenti e delle assicurazioni. L'operazione consentirà di dare vita a quella che una nota del broker definisce "una delle più grandi società di consulenza del Regno Unito in materia di pensioni e benefit per i dipendenti": al closing Howden potrà contare su oltre 10mila dipendenti distribuiti in più di 200 sedi nel paese, e potrà offrire servizi a più di due milioni di clienti. "Nel nostro percorso per costruire un broker globale, riconosciamo la necessità di creare un'attività di employee benefits di livello mondiale per i nostri clienti", ha commentato il ceo David Howden. "Come sempre – ha aggiunto – abbiamo atteso il partner giusto per espandere le nostre capacità, con esperti che avessero spirito imprenditoriale e fossero culturalmente allineati a noi, e con i quali poter fare sempre di più insieme: le persone di Barnett Waddingham hanno queste caratteristiche in abbondanza".

L'operazione avrà effetti anche in altri mercati. Cesare Lai, head of employee benefits della società in Italia, ha affermato che "l'acquisizione di Barnett Waddingham apporta ulteriori competenze e capacità al nostro gruppo, consolidando la nostra leadership nel settore".

Giacomo Corvi

COMPAGNIE

Come Generali vuole essere partner del Paese

Nella giornata di ieri, a Roma, la compagnia ha organizzato un evento dedicato a due grandi sfide per la collettività: salute e welfare da un lato, cambiamento climatico dall'altro. Presenti il top management di Generali Italia e i vertici dei gruppi agenti, ma anche diversi rappresentanti delle istituzioni, a sottolineare la necessità di una risposta pubblico-privato a questi temi

Oggi ci siamo risvegliati con una nuova grande sfida da affrontare, quella dei dazi imposti a mezzo mondo dal presidente Usa, **Donald Trump**. Ma altre sfide, e ben più epocali, attendono al varco il nostro paese. E sono ben note: il declino della natalità e il contestuale invecchiamento di una popolazione che avrà maggiore bisogno di assistenza; il Servizio sanitario nazionale sempre più in affanno; eventi climatici più violenti e frequenti che affliggono un territorio molto esposto al rischio idrogeologico. Uno scenario di fronte al quale **Generali Italia** ha voluto rimarcare la propria volontà di essere tra gli attori in grado di portare un contributo attivo alla gestione di queste sfide, come sottolineato nel corso dell'evento intitolato *Generali Partner del Paese*, che si è svolto ieri a Roma presso il Palazzo della Cancelleria. Presenti in sala, oltre all'intero top management della compagnia, anche i vertici dei gruppi agenti e diversi rappresentanti delle istituzioni.

Nel suo intervento **Giancarlo Fancel**, country manager & ceo di Generali Italia, ha ricordato gli 11 milioni di clienti e 14mila dipendenti della compagnia, "siamo la prima assicurazione in Italia e abbiamo oltre 150 miliardi di masse in gestione tra risparmi, investimenti e fondi pensione. Un grande risultato come azienda ma una grande responsabilità per il Paese". Archiviato l'ennesimo anno record in termini di raccolta (32,1 miliardi di euro nel 2024), Generali ha da poco presentato il suo nuovo piano industriale che disegna nuove priorità strategiche, "in primis – ha detto Fancel – la protezione di famiglie, salute e welfare", così come "l'eccellenza della rete che è al centro della nostra azione attraverso un approccio human tech con cui vogliamo garantire una consulenza di valore ai clienti", fino allo "scale up dell'innovazione", con investimenti per oltre 325 milioni di euro nel prossimo triennio.

L'impegno della compagnia nei confronti del Paese si accompagna anche alla volontà di essere parte attiva di quell'alleanza tra pubblico e privato che è l'unica strada possibile per venire a capo delle complesse problematiche che si citavano all'inizio. Lo hanno sottolineato tutti i rappresentanti delle istituzioni che hanno preso parte all'evento di ieri, a partire dalla ministra del Lavoro **Maria Elvira Calderone**, intervenuta con un videomessaggio. Il presidente della Regione Lazio, **Francesco Rocca**, richiamandosi ai temi della giornata, ha messo l'accento soprattutto sul tema dell'invecchiamento: "più che di prevenzione, termine forse superato, dovremmo parlare di anticipazione", mentre per la vice presidente del Lazio, **Roberta Angelilli**, le sfide di sistema vanno affrontate "anche attraverso la diffusione dell'educazione finanziaria.

(continua a pag. 2)



Giancarlo Fancel, country manager & ceo di Generali Italia

(continua da pag. 1)

Per **Claudio Durigon**, sottosegretario al Lavoro e alle politiche sociali, occorre dare sempre più forza “al secondo pilastro del welfare, defiscalizzandolo”, anche perché è un supporto alla debolezza dei salari italiani che non riescono a crescere. Il sottosegretario ha inoltre anticipato che nel prossimo decreto lavoro del governo potrebbe essere introdotta anche una forma di obbligatorietà delle polizze integrative per i più giovani.

SALUTE, WELFARE E PREVIDENZA PER UN FUTURO PROTETTO

La giornata è poi proseguita con due panel di confronto. Nel primo, dedicato a salute e welfare, sono intervenuti **Agar Brugiavini**, professoressa di Economia politica all'Università Ca' Foscari di Venezia, **Davide Passero**, ad di **Alleanza Assicurazioni** e country chief marketing e product officer di Generali Italia, **Francesco Bardelli**, chief health & welfare e broker management officer di Generali Italia e **Francesco Galli**, supervisor strategy del **Gruppo San Donato**.

Sul tema dell'invecchiamento, Brugiavini ha ricordato come questo sia un tema globale che riguarda tutti i paesi, ma è più marcato in Italia. La denatalità è preoccupante (1,18 figli per donna, avremmo bisogno di 2,1 per avere un tasso di sostituzione). “L'invecchiamento è un processo dinamico – ha detto Brugiavini – e la sfida che abbiamo di fronte richiede risorse: una famiglia in cui qualcuno ha una malattia neurodegenerativa spende tra i 25mila e i 35mila euro in più in un anno. Serve uno sforzo collettivo pubblico-privato di fronte a questi shock negativi che non sono così rari”.

Ecco perché mai come in questo periodo storico, ha sottolineato Passero, il ruolo dell'assicuratore è centrale. “L'Italia – ha detto – è un paese di anziani con una silver economy molto povera. E gli italiani più che sotto-assicurati sono auto-assicurati”. In Italia abbiamo oltre otto milioni di caregiver, e il rischio di non autosufficienza è scarsamente coperto. “Noi – ha aggiunto Passero – vogliamo rendere popolare in Italia questo tipo di coperture”.

In termini di esborso, oggi l'Italia investe 175 miliardi in spesa sanitaria. Di questi, 135 sono spesa pubblica, il resto spesa sanitaria privata: solo una parte di quest'ultima (10%) è intermediata, questo significa che circa 35-38 miliardi rappresentano la spesa out of pocket. Secondo Bardelli, “il privato può dare un contributo nella mutualizzazione di questa spesa sfruttando economie di scala e offerta”. Salute e welfare sono un pilastro del piano strategico di Generali su diverse aree: dal network di strutture convenzionate (oltre 13mila) ai servizi, relativamente ai quali Bardelli ha annunciato in anteprima una nuova partnership con **Italia assistenza Spa** che offre servizi domiciliari e consulenza per i caregiver.

Come ha osservato in conclusione Galli, “in Italia abbiamo un'aspettativa di vita in salute di 68,1 anni, siamo in testa in Europa, davanti a Germania, Spagna, Francia, Svezia e Regno Unito. Siamo quindi efficaci, ma il nostro sistema pubblico ha bisogno di essere integrato. Dobbiamo sfondare la barriera ideologica che vede nel privato un antagonista del pubblico”.

AFFRONTARE IL CLIMA CHE CAMBIA

Il secondo panel è stato invece dedicato al tema dell'impatto degli eventi naturali. A intervenire sono stati **Marco Oddone**, chief marketing e distribution officer di Generali Italia, **Serena Giacomini**, direttrice scientifica dell'**Italian climate network**, **Tommaso Ceccon**, chief property & casualty officer di Generali Italia e **Marco Cattaneo**, direttore del **National Geographic Italia**.

Oddone è partito ricordando gli eventi meteo estremi del 2023, uno spartiacque: “abbiamo liquidato sinistri per un miliardo, e abbiamo avuto una enorme mole di operazioni sui territori per essere vicini alle imprese e alle famiglie. Però – ha aggiunto – sul mercato vediamo che solo il 6% delle case e il 5% delle microimprese sono assicurate. Noi italiani abbiamo avuto da una capacità di reazione agli eventi estremi che una consapevolezza del rischio”. Ed è soprattutto di quest'ultima che abbiamo enorme bisogno, come ha osservato Giacomini: “gli eventi meteo si sono estremizzati. Un grado di temperatura in più significa più energia in atmosfera, e la conseguenza è un più frequente accadimento di fenomeni estremi”. Per gestire il rischio in modo efficace, secondo la direttrice dobbiamo lavorare su tre parametri: pericolosità, vulnerabilità ed esposizione (o valore esposto). Secondo Cattaneo, “è fondamentale che mondo pubblico e mondo privato si parlino e collaborino, perché adattarsi significa anticipare i tempi”. Su questo aspetto, Ceccon ha citato l'obbligo per le imprese di assicurarsi contro gli eventi catastrofali, “un passaggio estremamente importante per il Paese, su cui siamo pronti a lavorare per ridurre il gap di protezione”. Sul come farlo, Ceccon ha citato gli ambiti di ricerca e sviluppo su cui Generali è al lavoro: dall'impiego di dati, tecnologia e AI, per gestire meglio il rischio, “consentendoci di essere sofisticati nella prevenzione dei trend e nel pricing dei prodotti”, fino alla costituzione di un **Climate change Lab**. “Siamo consapevoli che si tratta di una sfida globale e ampia, ma questo è il nostro mestiere e noi vogliamo fare la nostra parte”, ha detto. Nel pomeriggio, l'evento è continuato con il **Protection Day**, un dialogo sulla protezione con autorevoli esperti di longevità e salute. L'iniziativa, in diretta su YouTube sul canale di Generali Italia, ha rappresentato anche un evento diffuso su tutto il territorio, grazie alle 700 agenzie che hanno portato avanti il dibattito nelle piazze locali.



COMPAGNIE

Welbee sigla una partnership strategica con Pellegrini

Il gruppo Unipol, attraverso il suo welfare provider, entra così nel mercato dei buoni pasto



Welbee, welfare provider del gruppo **Unipol**, ha annunciato oggi la sigla di una partnership strategica con **Pellegrini Spa**, uno dei principali operatori nel mercato dei buoni pasto in Italia. L'accordo, spiega una nota, "mira a rafforzare l'impegno di entrambe le società nel mondo del welfare aziendale".

La collaborazione consentirà a Welbee di integrare i buoni pasto nel proprio ecosistema, offrendo alle piccole-medie imprese e alle partite Iva una gestione semplificata dei buoni pasto e l'accesso a una vasta rete di esercizi convenzionati in tutto il paese. Inoltre, questa integrazione "contribuirà ad arricchire l'offerta di welfare del gruppo Unipol, ampliando le soluzioni disponibili per i clienti e favorendo un approccio sempre più completo e flessibile al benessere aziendale", sottolinea la nota.

Grazie a questo accordo, i buoni pasto Pellegrini-Welbee saranno distribuiti attraverso la rete capillare di oltre 2.000 agenzie di Unipol, garantendo una copertura efficiente e diffusa in ogni regione. In questo modo, fa notare la nota stampa, "la distribuzione dei buoni pasto sarà ancora più accessibile e comoda per tutti, con un servizio puntuale e di qualità, che risponde alle specifiche necessità di ogni singola realtà, dalle piccole-medie imprese alle partite Iva".

I buoni pasto Pellegrini-Welbee, disponibili esclusivamente in formato digitale, potranno essere utilizzati dai dipendenti presso una vasta rete di circa 100mila merchant convenzionati con Pellegrini Spa, che includono ristoranti, supermercati e altri esercizi commerciali.

Grazie a questa collaborazione, entrambe le aziende rafforzano il loro impegno verso "un welfare aziendale più inclusivo, sostenibile e digitale, in linea con le esigenze del mercato del lavoro contemporaneo".

PRODOTTI

Restyling per il Pip Helvetia Aequa

Nuove garanzie per il prodotto previdenziale del gruppo; anche chi l'ha già sottoscritto può aumentare la protezione

Il Gruppo **Helvetia Italia** presenta una revisione del suo Piano individuale pensionistico, **Helvetia Aequa**. Il piano, come specificato in una nota della compagnia, è una "soluzione flessibile e adatta a ogni fase della vita lavorativa" e si rivolge a lavoratori dipendenti e autonomi, liberi professionisti e imprenditori, ma anche agli studenti e a coloro che sono in attesa di occupazione.

Le novità sono disponibili anche per chi ha già aderito ad **Helvetia Aequa**, avendo così la possibilità di integrare la propria posizione con nuove garanzie accessorie: la revisione del prodotto ha previsto l'integrazione di due garanzie, una che si attiva in caso di decesso o invalidità totale e permanente, e una in caso di decesso e non autosufficienza (Ltc), attivabili al momento dell'adesione, oppure successivamente.

Le linee di investimento unit offrono rendimenti che nel 2024 hanno avuto performance positive, "come il 9,19% della linea Equity e il 3,74% della linea Flessibile", precisano da Helvetia. Il Pip non ha costi in fase di adesione e di liquidazione.

"Con la revisione di **Helvetia Aequa** - ha spiegato **Emanuela Mantini**, chief customer & distribution officer del Gruppo Helvetia Italia - abbiamo perfezionato un prodotto già apprezzato per solidità e affidabilità, introducendo elementi di protezione e flessibilità che lo rendono ancora più completo. In questo modo, siamo in grado di offrire ai nostri clienti una copertura concreta contro ogni genere di imprevisto, come l'invalidità, il decesso o la non autosufficienza. Il tutto accompagnato da una consulenza personalizzata e da una struttura di costi tra le più competitive sul mercato", ha concluso.



La community assicurativa italiana
si incontra su

insurance Trade[®].IT

Qualità dell'informazione, innovazione, multicanalità e multimedialità:
sono i valori che rendono unica Insurance Trade, la piattaforma online dedicata
a tutta la community assicurativa italiana.



Iscriviti gratuitamente e sarai costantemente
aggiornato su tutte le novità del settore

www.insurancetrade.it

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