

PRIMO PIANO

Fondi sanitari, le idee di Ania

L'Ania è favorevole al disegno di legge delega che prevede l'adozione di misure in materia di riorganizzazione e potenziamento dell'assistenza territoriale e ospedaliera, e la revisione del modello organizzativo del Servizio sanitario nazionale. Nell'ambito di un'audizione alla Commissione Affari sociali, sanità, lavoro pubblico e privato, previdenza sociale, il presidente di Ania, Giovanni Liverani, ha fatto sentire la voce del settore assicurativo, auspicando che la legge "proseguisca il suo iter e venga arricchito, nei suoi criteri direttivi, della prospettiva di poter utilizzare fondi sanitari e assicurazioni come strumento a supporto e sostegno del Ssn per preservarne il ruolo sociale e al tempo stesso tenderne più sostenibile la stabilità finanziaria". Liverani ha avanzato alcune proposte sui fondi sanitari, per cui ha chiesto "un riordino che garantisca standard adeguati in termini di governance, trasparenza, vigilanza e solidità patrimoniale". L'obiettivo, ha proseguito il presidente di Ania, è costruire "un sistema organico" che, salvaguardando le realtà esistenti, introduca fondi individuali accessibili a tutti, sul modello della previdenza complementare.

"Si propone, pertanto, di inserire nel disegno di legge un criterio di delega specifico per il riordino delle forme integrative di assistenza sanitaria", che secondo Liverani possa, tra le altre cose, garantire equità di trattamento tra fondi e polizze "per consentire la creazione di efficienza, competitività ed equità di regole tra i diversi fornitori di previdenza sanitaria integrativa".

Per un approfondimento, [clicca qui](#).

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Risparmio e investimenti: le prospettive di mercato secondo Reale Mutua

Un evento organizzato dalla mutua assicuratrice torinese, svoltosi ieri a Milano, ha analizzato le evoluzioni di contesto riguardanti i prodotti previdenza, welfare e vita, con l'intervento dei vertici della compagnia e di Ania

L'epoca attuale, lo abbiamo tutti sotto gli occhi, è assai turbolenta. La guerra è tornata a sottrarre molti degli spazi di risoluzione delle controversie che fino a poco tempo fa erano affidati al diritto internazionale. Eppure, sul fronte finanziario, non c'è stato un tracollo. Vuoi perché il mondo degli investimenti ha imparato a restare razionale di fronte all'irrazionalità di alcuni decisori politici, vuoi perché l'allocatione del risparmio è portata a guardare oltre l'orizzonte temporale del breve termine. Di come investire e risparmiare nel 2026, tra novità e prospettive di mercato, si è parlato ieri nel corso di un evento organizzato da **Reale Mutua** a Milano in cui si è discusso di previdenza complementare, servizi in ambito welfare e prodotti vita.



© Reale Mutua

ANIA: LE NOVITÀ? UN SEGNALE DI APERTURA

Il primo momento di confronto è partito dall'analisi degli ultimi dati **Covip** sulla previdenza complementare nel 2025: le posizioni in essere sono 11,7 milioni (+5% rispetto all'anno precedente), le risorse gestite 261,2 miliardi di euro (+7,2%) e i contributi raccolti nell'anno sono stati pari a 17,4 miliardi (+10,1%). È nel nord Italia che si concentra la maggiore partecipazione alle forme di previdenza complementare, con in cima alla lista il Trentino-Alto Adige (62,8%) e il Veneto (47,6%), mentre il Centro-Sud resta sotto al 30%. È in questo contesto che sono arrivate le novità dell'ultima legge di Bilancio che ha introdotto un aumento del limite massimo di deducibilità fiscale per i contributi destinati alla previdenza complementare (da 5.164,57 euro a 5.300 euro), assieme alla norma per cui i neoassunti che non risultano già iscritti a una forma di previdenza complementare saranno automaticamente inseriti nel fondo pensione negoziale previsto dal proprio contratto collettivo (con la formula del silenzio assenso di 60 giorni); altra riforma è quella che ha introdotto la portabilità del fondo pensione, estesa anche a fondi aperti e Pip.

Commentando queste novità, **Umberto Guidoni**, co-direttore generale di **Ania**, ha sottolineato l'importanza di questi interventi, giacché "non si metteva mano alla previdenza complementare dal 2005". Il silenzio assenso per l'adesione ai fondi pensione per i neoassunti, assieme ai 135 euro in più di deducibilità, non sono una svolta eclatante, ma rappresentano per Guidoni "un segnale di apertu-

ra”, perché i numeri sono ancora bassi: “abbiamo il 38% di lavoratori che aderiscono alle forme di previdenza complementare, ma le posizioni attive sono solo il 25%”. Dove Guidoni ha espresso delle perplessità è relativamente all’incentivo ai riscatti, giacché “la previdenza complementare – ha ricordato – ha un ruolo fondamentale per il mantenimento del livello del proprio reddito quando si smetterà di lavorare, quindi ha un senso se si associa a quella pubblica, e riscattare troppo rischia di non svolgere questa funzione”.

Guidoni ha sottolineato più volte nel suo intervento il ruolo fondamentale della consulenza. “Spesso – ha detto – le persone ignorano i vantaggi di investire il proprio Tfr in un fondo”, e in questo senso “la rete distributiva agenziale deve essere valorizzata nell’attività di consulenza perché ci sia uno sviluppo di questo investimento”.

UNA CONSULENZA CAPACE DI FARE LA DIFFERENZA

Dalla consulenza è partito anche **Michele Quaglia**, direttore commerciale e brand di Reale Mutua, nel suo intervento. Quaglia ha introdotto il tema del welfare come “opportunità che abbiamo visto nel mercato per offrire non solo soluzioni assicurative ma anche la fornitura di servizi”, e ha citato la recente operazione attraverso cui Reale Mutua acquisirà **Lifenet** gruppo italiano attivo nel settore della sanità privata e dell’erogazione di servizi di diagnosi e cura, con una piattaforma che comprende 16 centri ambulatoriali e diagnostici, sei ospedali e quattro cliniche oculistiche. La sua presenza in **Reale Group** si sommerà dunque ai centri di servizi per la salute **Blue Health Center** di **Blue Assistance**.

Per Quaglia il primo pilastro della strategia di Reale Mutua in questo ambito è quello di “riuscire a dare alla nostra rete un’offerta completa a 360 gradi”, mentre il secondo “è la nostra rete stessa, la più forte e competente del mercato assicurativo, che riesce ad accompagnare i nostri clienti offrendo loro non risposte *una tantum*, ma un percorso completo che include protezione e welfare. È in questo senso – ha sottolineato – che noi esprimiamo al massimo quello che è il ruolo sociale dell’assicuratore”.

Per rafforzare questi obiettivi, la compagnia ha messo a disposizione della rete diversi strumenti tecnologici, come la **Welfare map** (un tool che consente di avere una mappa dei bisogni del cliente per impostare con lui un dialogo rapido in modo strutturato) per arrivare a quelli basati sull’intelligenza artificiale. “L’AI – ha detto Quaglia – in questo ambito apre la possibilità di fare ragionamenti più ampi su argomenti complessi, laddove l’aspetto relazionale è un elemento chiave”. La combinazione tra que-



ASSIMEDICI.
CONSULENZA ASSICURATIVA MEDICI
una storia che continua...



Roadshow Sicilia 2026

**DALL’OBBLIGO ALLA SCELTA:
ASSICURARE IL FUTURO CRESCERE NELLA SANITÀ**

Catania: Martedì 19 maggio 2026 ore 14:00
Romano Palace Via Kennedy 28 98121 Catania

Palermo: Giovedì 21 maggio 2026 ore 9:00
Astoria Palace Hotel Via Montepellegrino 62 90142 Palermo

Mediass
INSURANCE NETWORK

Per iscrizioni www.convegni.info/assimedici
Per informazioni **339.34.84.012**
L’evento riconoscerà 4 ore di Formazione per Intermediari Assicurativi

sti due elementi, quello relazionale accelerato dalla tecnologia, è l'arma vincente per proporre una consulenza davvero efficace. Di prodotti ha parlato nel dettaglio **Luca Omarini**, responsabile previdenza e grandi clienti vita di Reale Mutua, il quale si è soffermato in particolare sui due nuovi Pip, che si differenziano tra loro non tanto per l'orizzonte temporale (sono entrambi *lifecicle*) ma sulla base della propensione al rischio dell'aderente.

L'ORIZZONTE DEGLI INVESTIMENTI

E proprio l'aspetto della propensione al rischio, e più in generale il tema degli investimenti, è stato al centro del secondo momento di discussione nell'evento di Reale Mutua. Come si diceva, il contesto geopolitico fortemente instabile non ha avuto finora un riflesso drammatico sui mercati azionari: a ogni caduta sono seguiti sostanziali recuperi. Per **Massimo Luvie**, co-direttore generale di Reale Mutua e dg di **Banca Reale**, oggi l'incertezza si muove in un contesto in cui i fondamentali dell'economia sono ancora buoni: "c'è una dicotomia – ha detto – tra il temuto e il conseguito". In questo contesto Reale Mutua si sta posizionando in modo crescente nel mercato, tenendo come faro il suo documento manifesto, quell'*ambition letter* che si focalizza su due elementi, curva anagrafica e cambiamento energetico. "Noi – ha spiegato – procediamo attraverso tre diversificazioni: assicurativa, dei servizi e geografica". Per quanto riguarda il primo aspetto, "abbiamo consolidato 6,6 miliardi di premi annui a livello di gruppo e rispettiamo in tutti gli ambiti una diversificazione che ci protegge dall'eventuale andamento negativo di uno degli altri due ambiti di questa nostra diversificazione". Sui servizi Luvie ha menzionato il già citato acquisto di Lifenet, mentre per ciò che concerne la diversificazione geografica, il gruppo Reale dopo la Grecia sta guardando ai mercati di Portogallo e Polonia, così come al Sudamerica dove, ha rivelato Luvie, "non escludiamo che la nostra presenza in Cile attraverso **Reale Seguros** possa servire da hub per un'espansione in America Latina".

Più tecnico è stato l'intervento di **Enrico Porcarelli**, diret-



tore vendite di Reale Mutua, che ha illustrato le principali novità del nuovo prodotto multiramo, con cui la compagnia "vuole cercare di cogliere i due aspetti di sicurezza e redditività, ma anche la possibilità di diversificare il portafoglio".

Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Mutua e ad di Blue Assistance, ha voluto sottolineare le performance raggiunte nel settore vita negli ultimi cinque anni, durante i quali "abbiamo consolidato una posizione complessiva strategicamente rilevante. Nell'ultimo bilancio di Reale, uno dei migliori in assoluto per la compagnia, il vita ha dato un contributo rilevante. Il nostro compito – ha osservato Mazzucco – è quello di lavorare con i nostri clienti nella protezione del loro risparmio, mantenendo la fiducia e con un approccio di lungo periodo".

Beniamino Musto

Per approfondire su www.insurancetrade.it:

- [Reale Mutua, altri vantaggi mutualistici per 30 milioni di euro](#)
- [Reale Group acquisisce Lifenet](#)

Insurance Trade[®].IT

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

www.insurancetrade.it



MERCATO

Prima Assicurazioni, nuovo spot con José Mourinho

Presentata a Milano la nuova campagna pubblicitaria con protagonista lo Special One. L'avvio ufficiale è per il 4 maggio

José Mourinho è il protagonista della nuova campagna di **Prima Assicurazioni**, chiamata *Tu, Prima*. Gli spot multipiattaforma sono stati firmati da **Tbwa Italia** e ruotano attorno al concetto del cliente che per Prima viene sempre prima, persino prima dello **Special One**, il soprannome del celebre allenatore di calcio che nel 2010 guidò l'**Inter** alla conquista del triplete (Serie A, Champions League e Coppa Italia). La nuova comunicazione è stata presentata ieri, 28 aprile, a Milano, in un evento cui era presente proprio José Mourinho, insieme a **George Ottathycal** e **Fabia Bernacchi**, rispettivamente ceo e chief communication and brand officer di Prima Assicurazioni.

"Tu, Prima" sarà in onda a partire da lunedì 4 maggio su Tv e radio, "con un approccio alla pianificazione data driven volto a massimizzare copertura e performance", si legge nella nota di Prima. La campagna include spot video da 30, 15 e 6 secondi, ma anche contenuti radio, materiali social e digital, progettati per tutti i touchpoint. Nell'ottica dell'omnicanalità della società, gli spot evidenziano tutti i modi in cui Prima ha un'interazione con i clienti, compresa, ovviamente, l'agenzia. La strategia omnicanal, che integra digitale e rete fisica con oltre 1.600 agenzie "continua a rappresentare uno dei principali driver di crescita, insieme a un'offerta competitiva e a un'esperienza cliente sempre più semplice e veloce", sottolinea la nota.

In occasione del lancio della campagna, Prima Assicurazioni ha messo in evidenza i numeri del 2025: la società ha registrato premi in crescita del 39% a oltre 1,8 miliardi di euro, ha superato i cinque milioni di clienti attivi (con una quota sul mercato italiano motor del 12%) e rafforzato la propria presenza internazionale grazie all'ingresso nel gruppo **Axa**. "Il mio ruolo di allenatore – ha detto Mourinho – mi ha permesso di essere sempre al centro della scena. Proprio per questo mi è piaciuta l'idea della campagna: ribaltare le regole con intelligenza e ironia e mettermi in gioco. Alla fine, ho accettato la sfida: per Prima viene sempre prima il cliente".



INTERMEDIARI

ViteSicure, ecco i nuovi capitali

Nella start up entrano investitori come Ad4Ventures (Mediaset) e Net Insurance

ViteSicure, l'insurtech italiana attiva nel segmento vita e protezione, ha chiuso in anticipo la prima tranche del round serie A per 2,5 milioni di euro, con l'obiettivo di accelerare il piano di crescita.

All'operazione, fanno sapere dalla start up, partecipano oltre ai soci due nuovi investitori: **Ad4Ventures (Mediaset)**, gruppo **Mfe**, e **Net Insurance**.

"Contestualmente – si legge nella nota di viteSicure –, sono stati convertiti in equity safe per complessivi due milioni di euro, sottoscritti nel 2023 da **Cdp Venture Capital** (attraverso il **Fondo Rilancio**), **Apside** (joint venture promossa da **Zest** e **Intesa Sanpaolo**), **Reale Group** e un network di business angel".

Nel 2025, viteSicure ha raggiunto il break-even e ha realizzato un Ebitda positivo. Le nuove risorse saranno destinate a rafforzare la presenza sul mercato attraverso l'ampliamento dei canali distributivi; evolvere la piattaforma tecnologica; sviluppare nuovi prodotti e incrementare gli investimenti in marketing e brand.

F.A.

F.A.

INSURANCE DAILY

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

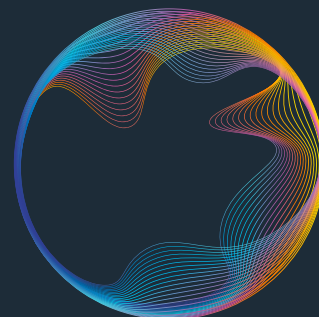
Editore e redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano, 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 email: redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare: info@insuranceconnect.it

Supplemento al 29 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

IC INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2026



11 GIUGNO 2026 | 09:00 - 17:00

Starhotel Ritz – Via Lazzaro Spallanzani, 40 – Milano

OPENING SESSION

- | | |
|---------------|---|
| 09:00 – 09:30 | ● REGISTRAZIONE |
| 09:30 – 10:30 | ● TAVOLA ROTONDA – BUSINESS PROPOSITION PER LA PROTEZIONE DI CITTADINI E AZIENDE
- Daniela D'Agostino, chief property and casualty officer di Unipol
- Paolo Ghirri, ceo di Munich Re Italia
- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania
- Marco Mazzucco, amministratore delegato di Blue Assistance
- Alessandro Santoliquido, responsabile group insurance di UniCredit
- Flavio Sestilli, presidente di Aiba |
| 10:30 – 10:50 | ● VERSO UNA CRESCITA PROFITTEVOLE PER IL SEGMENTO PMI
- Giuseppe Dosi, head of insurance market di Crif |
| 10:50 – 11:10 | ● LA CENTRALITÀ DEL CLIENTE TRA STRUMENTI TECNOLOGICI, OFFERTA PERSONALIZZATA E GARANZIA DI VALORE AGGIUNTO
- Paolo Saccone, head of distribution del Gruppo Helvetia Italia
- Nicoletta Ucci, head of digital channel and customer experience di Axa Italia
- Generali |
| 11:10 – 11:30 | ● COFFEE BREAK |
| 11:30 – 11:50 | ● AI E NUOVI PERCORSI DI INNOVAZIONE
- Laura Mercurio, head of insurance di Assist Digital |
| 11:50 – 12:10 | ● TELEMATICA E DATI, UNA SFIDA PER IL SETTORE ASSICURATIVO
- Eugenio Lamberti, regional leader (SVP) sales Italy di Octo |
| 12:10 – 13:00 | ● TAVOLA ROTONDA – DAI DATI ALLA QUALITÀ DI PRODOTTI, PROCESSI E SERVIZI
- Giuseppe Benincasa, direttore generale di Aniasa
- Marco Brachini, direttore marketing, brand & customer experience di Sara Assicurazioni
- Gianfranco Bono, group data office-data governance di Reale Mutua
- Andrea Ghizzoni, managing director insurance di Facile.it
- Gianfilippo Lena, amministratore delegato di Telepass Assicura
- Zurich * |
| 13:00 – 14:00 | ● LUNCH |

Main sponsor

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CLAIM EXPERT

CRIF
Together to the next level

OCTO

Official sponsor

ACB
Associazione Categoria Brokers

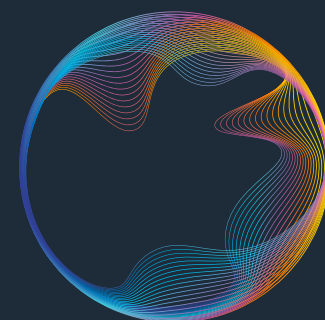
* Invitato a partecipare

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA



IC INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2026



11 GIUGNO 2026 | 09:00 - 17:00

Main sponsor

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CLAIM EXPERT

CRIF
Together to the next level

OCTO

Official sponsor

ACB
Associazione Categoria Brokers

14:00 - 14:50 SESSIONE TEMATICA

AGENTIC AI E OPERATIONAL AI

- Potenzialità, applicazioni concrete e benefici attesi da sistemi di intelligenza artificiale su cui si gioca l'innovazione del settore assicurativo sia sul piano strategico che organizzativo, in termini di analisi dei dati, valutazione degli scenari in cui operare, capacità decisionali, potenziamento dei processi operativi e del livello di automazione aziendale.

14:00 - 14:50 – **TAVOLA ROTONDA – AI E OPERATIONAL AI: QUALI RISULTATI POSSIBILI?**

- *Grazia Amato, operations manager di Relyens Italia*
- *Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania*
- *Amir El Saidi, direttore business factory di Sara Assicurazioni*
- *Simone Tarchiani, chief commercial officer di Unipol*
- *Carlo Matteo Viganò, program lead GenAI di Axa Assicurazioni*

14:50 - 15:50 SESSIONE TEMATICA

CLAIMS MANAGEMENT

- Il settore assicurativo sta procedendo nello sviluppo di ecosistemi legati alla mobilità, al property e alla salute: una serie di progettualità che includono l'evoluzione del servizio e dei network da proporre al cliente, il coinvolgimento di partner, oltre che la focalizzazione sul valore dei dati e di tutti gli aspetti organizzativi e operativi. In questo contesto sono molti i valori, le tecnologie, le competenze in grado di tradursi in qualità del servizio in ambito claims management.

14:50 - 15:10 – **CUSTOMER EXPERIENCE E PRESIDIO DEL RISCHIO: LE NUOVE SFIDE NELLA GESTIONE DEI SINISTRI**

- *Gianmarco Di Campi, ceo di Claim Expert*

15:10 - 15:50 – **TAVOLA ROTONDA – LA GESTIONE DEI SINISTRI COME VALORE PER IL CLIENTE**

- *Luigi Baccaro, direttore sinistri di Sara Assicurazioni*
- *Barbara Buralli, direttore sinistri e contenzioso di Intesa Sanpaolo Assicura*
- *Cristiano Andreoli, manager sinistri large e contenzioso di Prima Assicurazioni*
- *Marco De Dominicis, responsabile operation sinistri di Unipol*
- *Ferdinando Scoa, direttore sinistri e servizi del gruppo Assimoco*
- *Generali*
- *Zurich **

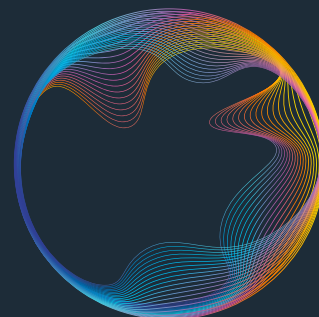
* Invitato a partecipare

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA



IC INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2026



11 GIUGNO 2026 | 09:00 - 17:00

Main sponsor

ASSIST
DIGITAL

BLUE
ASSISTANCE

CLAIM EXPERT

CRIF
Together to the next level

OCTO

Official sponsor

ACB
Associazione Categoria Brokers

15:50 - 17:00 SESSIONE TEMATICA

RAMO DANNI

- La complessità dei rischi e il moltiplicarsi delle minacce per cittadini e aziende impongono alle compagnie di far evolvere l'offerta assicurativa attraverso l'integrazione di servizi diversificati, la tecnologia, l'utilizzo di piattaforme dedicate, modelli commerciali e distributivi che sappiano combinare semplicità e specializzazione. Tra le proposte più concrete, spiccano l'assicurazione parametrica e l'embedded insurance, due frontiere che esprimono elementi di innovazione per il settore assicurativo, la distribuzione, il cliente.

- 15:50 - 17:00 – TAVOLA ROTONDA – STRATEGIE DI SVILUPPO E INNOVAZIONE PER IL RAMO DANNI
- Matteo Comi, presidente dell'Unione Agenti Axa
 - Marco Cuffia, responsabile direzione tecnica danni di Reale Mutua
 - Barbara Pepponi, direttore danni di Groupama Assicurazioni
 - Alessandro Viale, direttore commerciale e sviluppo offerta persona di Intesa Sanpaolo Protezione
 - Luigi Viganotti, presidente di Acb
 - Generali
 - Zurich *

* Invitato a partecipare

ISCRIVITI AL CONVEGNO

SCARICA IL PROGRAMMA