

WELFARE AZIENDALE e REVISIONE delle COMPETENZE

Se la consapevolezza della popolazione verso le incognite del futuro resta ancora un problema da risolvere, alle compagnie e agli intermediari spetta l'impegno di indirizzare gli investimenti per evolvere professionalmente e far crescere la cultura assicurativa nel nostro Paese

di **NICOLA CATTABENI**,
presidente di Ugari

Ormai è chiaro. La Legge di Stabilità 2017 ha sancito il percorso in maniera netta e inesorabile: le aziende dovranno farsi carico del welfare dei propri dipendenti. Il percorso, con alti e bassi dovuti dai futuri assetti politici, sarà più o meno rapido, ma porterà l'Italia ad avere un approccio al welfare sempre più europeo, in cui pubblico e privato collaborano in una triangolazione win-win-win, dove anche il cittadino ottiene vantaggi e benefici.

Al momento il modello si basa ancora su incentivi che premiano gli interventi del privato soprattutto con vantaggi fiscali: la carota. Prima o poi (come al solito gli ultimi in Europa) ci sarà la chiusura dei rubinetti pubblici e l'obbligatorietà assicurativa: il bastone.

Il cittadino, ovviamente,

non sembra avere piena consapevolezza di tale scenario (ma questo ovviamente non è casuale, in quanto i politici sono sempre attenti alla loro popolarità), cosa invece indispensabile per l'accettazione della realtà e per le future contromisure da adottare.

In questo contesto, in cui il bisogno del consumatore è ancora latente, non mancano le difficoltà per chi cerca di proporre soluzioni a integrazione o sostituzione al Ssn.

Il cittadino, infatti, continua a ritenere la salute come un diritto pubblico e considera un *lusso* eventuali soluzioni private: "perché mai devo ricorrere alle assicurazioni se sto pagando le tasse per la sanità pubblica?" è il mantra dell' lettore.

Una serie di limitazioni

Al di là della mancanza di coscienza da parte della popolazione, molte sono ancora le criticità che limitano la diffusione di soluzioni di welfare assicurativo.

- Nonostante i chiari vantaggi fiscali, le aziende devono comunque **individuare nuove risorse economiche** da dedicare al welfare. Ovviamente poi è necessario confrontarsi con lavoratori e sindacati, per definire se queste risorse economiche debbano essere indirizzate in busta paga o in servizi di welfare. Inutile dire che la maggior parte delle aziende italiane non riesce a superare il primo scoglio.





- Nuovi e **agguerriti competitor** hanno intercettato meglio i bisogni dei lavoratori, proponendo soluzioni a problematiche legate alla gestione quotidiana: le piattaforme di flexible benefit.
- A causa delle complessità normative, l'argomento è una materia articolata che necessita di una **preparazione** e di una **conoscenza** non comuni, ma sono pochi gli intermediari con le competenze necessarie per cogliere le opportunità.

Intermediari, serve specializzazione

Tutto questo ci dice che, pur non essendo evidentemente arrivato

il momento di un vero decollo del welfare, è certamente il momento in cui incominciare a sperimentare modelli di offerta e a conoscere meglio il nostro futuro cliente per costruire soluzioni e servizi che offrano un valore concreto all'utente. Innanzitutto, manca competenza in un settore che sta rapidamente modificando le regole del gioco. Si tratta di regole complesse e articolate. Sempre di più saranno richieste agli intermediari preparazione e specializzazione. Gli intermediari *tuttologi* avranno sempre di più ruoli di primo contatto con il cliente finale, ma la gestione e la soluzione assicurativa dovrà essere affidata a esper-

ti delle singole materie o gestita tramite applicativi altamente evoluti in grado di sviluppare soluzioni personalizzate utilizzando sofisticati modelli predittivi.

Le due modalità coesisteranno ma, per ragioni di economie di scala:

- il coinvolgimento di figure esperte sarà dedicato a business di una dimensione sufficiente a giustificare il costo orario di specialisti;
- i sofisticati strumenti tecnologici saranno utilizzati sui grandi volumi gestiti in maniera più *standardizzata*.

Quindi si comprende che il futuro del settore è in mano alle competenze degli intermediari, ma anche alla capacità delle compagnie assicurative

di diffondere cultura e di offrire strumenti per una attività di consulenza talmente specifica che dovrà compensare il limite umano del singolo professionista.

Come e dove investire

Formazione e strumenti: sono questi gli investimenti in cui intermediari e compagnie dovranno collaborare per essere competitivi.

Una formazione non diffusa a pioggia, ma dedicata a specifiche figure professionali, sulla base di una struttura organizzativa che gli intermediari dovranno adottare. E gli strumenti devono essere intesi anche come modalità per *formare sul campo* gli intermediari che, dopo un costante utilizzo, sapranno effettuare una corretta e approfondita attività di consulenza ricorrendo sempre meno ai supporti informatici. Tutto questo presuppone una corretta prioritizzazione degli investimenti che le compagnie dovranno effettuare, e una predisposizione degli intermediari a evolvere e ad accettare l'informatizzazione e lo scambio di dati come elementi base per affrontare il futuro. ❶