

SPECIALE

Welfare & protection

DARE RISPOSTE A NUOVE SENSIBILITÀ

TRA LE DOMANDE CHE SI PONE IL SETTORE ASSICURATIVO IN QUESTO PERIODO DI PANDEMIA C'È LA CAPACITÀ DI RACCOGLIERE UNA LATENTE DOMANDA DI PROTEZIONE. IL CLIENTE NON È CAMBIATO, MA FORSE È PIÙ ATTENTO A PROPOSTE DI SICUREZZA CHE RIFLETTANO IN CONCRETO LE SUE REALI ESIGENZE

di MARIA MORO

Parlare di welfare e protection in questi giorni è quasi una scommessa sul futuro. La pandemia di Covid-19 ha rimesso in gioco molte certezze acquisite, facendo saltare diverse strategie già disegnate.



Guardando avanti è bene partire dai punti fermi, e cogliere l'occasione per rafforzare i trend positivi che già erano in atto. A partire da rapporto pubblico-privato, trasparenza verso il cliente e utilizzo delle tecnologie. Secondo il bollettino statistico di **Ivass**, alla fine del 2018 la raccolta premi nel ramo salute ammontava a 5,8 miliardi di euro, il 18% del totale dei rami danni. Tra il 2013 e il 2018 la raccolta premi malattia è cresciuta del 33,5% attestandosi a 2,7 miliardi: un incremento importante ma che rappresenta ancora meno del 7% della spesa sanitaria privata ed è riferibile per oltre il 50% a polizze collettive.

Lo shock determinato dall'epidemia di Covid-19 potrebbe avere effetti sulla crescita del bisogno di sicurezza delle persone e sulla ricerca del benessere personale: c'è bisogno di *sentirsi in forma* ma anche di proteggere la famiglia in un contesto di incertezza. A questo si aggiunga il tema sempre costante dell'invecchiamento e della necessità di assistenza di questa fragile fetta della popolazione: oggi 13 milioni di persone hanno più di 65 anni, il 23% degli italiani, con una tendenza a crescere per l'arrivo dei babyboomer.

UN'ESIGENZA DI PRATICITÀ E CHIAREZZA

È un momento in cui il settore assicurativo può esprimere il suo potenziale di sostegno sociale, ma se da un lato la capacità di offerta di strutture di assistenza si è consolidata, dall'altro è necessario lavorare ancora sul rapporto con il cliente, in cui i gap da colmare sono, in combinazione tra loro, il costo delle coperture, la percezione dell'utilità di forme di protezione privata, l'offerta di servizi. Ostacoli che possono essere superati quanto più si sarà in grado di rispondere alle esigenze reali del singolo o della famiglia: se percepisco il bisogno, sono disposto a pagare chi può aiutarmi nelle mie esigenze specifiche. Di fronte a un mercato che forse mai come ora è sensibile all'esigenza di protezione, sulla scia della direttiva europea Idd si può lavorare sulla trasparenza del rapporto e sul dialogo con il cliente.

In questo ambito va inserita anche l'innovazione tecnologica a supporto dei prodotti di welfare: intelligenza artificiale e machine learning possono trovare applicazione in servizi semplici, facilmente utilizzabili, che accompagnino realmente le esigenze quotidiane e che siano un concreto e utile punto di riferimento per semplificare il rapporto tra assicurati e mondo della protection. **1**