

UN MERCATO PER LE ASSICURAZIONI

CRESCE L'OFFERTA DI WELFARE AZIENDALE DI COMPAGNIE E INTERMEDIARI. ORMAI TUTTI GLI OPERATORI DEL SETTORE SONO COINVOLTI IN UN BUSINESS DIVENUTO SEMPRE PIÙ STRATEGICO PER I PROFESSIONISTI DELLE POLIZZE. TANTE INIZIATIVE PER RISPONDERE ALLE NUOVE ESIGENZE DELLE IMPRESE

Il welfare aziendale è diventato per le assicurazioni una questione centrale per la vicinanza al cliente. Il mercato si arricchisce ogni giorno di soluzioni elaborate da compagnie e intermediari per soddisfare le nuove esigenze delle imprese. E sempre più professionisti delle polizze fanno il loro ingresso in un settore che ha già manifestato enormi potenzialità di crescita e sviluppo. Il risultato, stando a un *flash report* realizzato grazie alla collaborazione fra **Atis – Università Cattolica** e **Valore Welfare**, è che oggi si contano nove compagnie e otto broker impegnati nel settore del welfare aziendale: in pratica, considerando un totale di 102 provider, il mondo delle polizze arriva a coprire il 16,7% del mercato.

A stupire, nella ricerca pubblicata lo scorso novembre, è soprattutto la vivacità delle compagnie. Nel giro di un anno, secondo i risultati dell'indagine, tre nuove imprese sono infatti entrate nel mercato del welfare aziendale: si tratta dell'incremento settoriale più elevato registrato nel rapporto. "Si amplia la presenza di compagnie assicuratrici (+3), *cluster* che nel periodo è cresciuto particolarmente, chiaro segno della volontà del settore di completare sia la propria offerta corporate che quella retail sfruttando le naturali sinergie con i temi del welfare aziendale", si legge nelle battute conclusive della ricerca.

UN SETTORE STRATEGICO

Il 2015 è stato un po' l'anno zero del welfare aziendale. L'introduzione di un peculiare regime di agevolazione fiscale, rafforzato ulteriormente negli anni successivi, ha dato un impulso decisivo alla crescita di

un fenomeno, quello delle prestazioni sociali destinate ai dipendenti d'impresa, che già in precedenza aveva manifestato interessanti segnali di crescita.

Da allora il mercato, per le compagnie assicurative (ma non solo), è letteralmente esploso. In principio con piani, prodotti e nuove soluzioni pensate per le aziende. Poi anche con mosse più radicali, che testimoniano tutte le potenzialità di un settore divenuto strategico per il business assicurativo. Come la decisione di **Generali Italia** di istituire nel 2017 **Generali Welion**, una nuova società completamente dedicata al welfare. "Generali Welion è una società di servizi, dunque non raccoglierà premi", aveva detto **Marco Sesana**, country manager e ceo di Generali Italia e global business lines, alla conferenza stampa di presentazione della nuova società. "Attraverso le potenzialità delle nuove tecnologie, lo sviluppo di partnership strategiche e la collaborazione con start up – aveva aggiunto – offrirà soluzioni all'avanguardia nel mondo della salute individuale e del welfare aziendale".

SOLUZIONI PER LE IMPRESE

L'attenzione di Generali Italia per il welfare aziendale diventa immediatamente evidente con l'iniziativa *Welfare Index Pmi*, un progetto di ricerca volto a monitorare ogni anno la diffusione del fenomeno in Italia e premiare le *best practice* del settore. L'ultima edizione del rapporto, presentata lo scorso settembre, è stata realizzata sulla base di 6.500 interviste, il triplo rispetto a cinque anni fa: un segnale di quanto il fenomeno risulti in crescita nel tessuto produttivo italiano.

L'impegno della compagnia non si limita tuttavia a

questo. Accanto a iniziative e ricerche trovano infatti posto anche attività più operative, piani e prodotti volti a soddisfare le esigenze di imprese e aziende. È il caso di *Attiva Welfare*, una nuova soluzione presentata lo scorso novembre che offre copertura sanitaria ai dipendenti e ai loro familiari. “Siamo convinti – aveva commentato Sesana – che il welfare sia strategico per la crescita delle imprese e del Paese. Tutelare la salute e il benessere dei lavoratori è una delle chiavi per garantire la continuità dell’impresa”.

ACQUISIZIONI E ACCORDI CONTRATTUALI

La novità riguarda l’intero mercato. Alla fine del 2019, anche nell’ottica di potenziare l’offerta di welfare aziendale, **Intesa Sanpaolo Vita** ha assunto il controllo di **Rbm Assicurazione Salute** e dato vita, sei mesi dopo, a **Intesa Sanpaolo Rbm Salute**. “Offriremo alla clientela retail di Intesa Sanpaolo le garanzie salute di Rbm e alle imprese i prodotti di welfare e le polizze collettive, anche non standard”, aveva commentato **Nicola Maria Fioravanti**, amministratore delegato della compagnia e responsabile della divisione assicurativa del gruppo bancario.

L’operazione ha già dato i primi risultati. In questi



mesi la nuova realtà si è aggiudicata le gare indette per la gestione dei fondi sanitari integrativi contrattuali dei gruppi **Fca** e **Cnh Industrial**, i fondi *Fasif* e *Fisdaf*, e ha esteso a tutto il 2021 la copertura sanitaria contro il contagio da Covid-19 per gli iscritti a *Metasalute*, il fondo di assistenza sanitaria integrativa dei metalmeccanici.

UN MERCATO IN MOVIMENTO

Tutti ormai sono impegnati nel settore del welfare aziendale. Il fondo *Sanimoda* ha recentemente rinnovato l’accordo con **UniSalute** per la gestione delle polizze sanitarie dei suoi iscritti fino al 2022. “UniSalute continuerà a prestare una grande attenzione alle esigenze dei lavoratori del settore e alle loro famiglie, garantendo un alto livello qualitativo delle soluzioni sanitarie e dei servizi offerti”, aveva affermato **Giovanna Gigliotti**, amministratore delegato della compagnia. Sempre all’interno della galassia **Unipol**, è poi da segnalare l’iniziativa *Welfare, Italia*, think tank promosso insieme a **The European House Ambrosetti** per monitorare lo stato del welfare state in Italia ed elaborare soluzioni che, magari attraverso il contributo concreto delle imprese, possano colmare definitivamente le lacune del sistema pubblico.

Insomma, tante iniziative che si intrecciano con le più generali linee di sviluppo del mercato assicurativo. A cominciare da una digitalizzazione che appare sempre più spinta. È in quest’ottica che va letto, per esempio, il lancio del portale *Allianz My Welfare*, piattaforma digitale a cura di **Allianz Italia** che consente alle imprese di costruire e gestire la propria offerta di welfare aziendale. Stessa strategia anche in casa **Reale Group**, dove la controllata **Blue Assistance** ha presentato il portale *mynet.blue* per offrire un supporto semplice e intuitivo a imprese e aziende. **G.C.**

ANCHE I BROKER IN CAMPO

Il welfare aziendale è da sempre territorio di broker. E lo è a maggior ragione oggi che, come visto, il fenomeno sta vivendo una rapida diffusione. Le iniziative, in questo senso, non mancano. **Aon**, tanto per citare un caso recente, ha annunciato a ottobre una partnership con **Ald Automotive Italia** per il lancio di **Flee**, una nuova società specializzata nell’offerta di servizi di mobilità per le aziende clienti. **Iveco** ha invece scelto **Upgrape**, la piattaforma di **Mansutti**, per fornire ai driver un servizio di video-consulento medico specialistico attraverso l’app *Doc 24 for Iveco*: l’iniziativa ha segnato l’ingresso del portale digitale nel settore del welfare aziendale. Novità anche in casa **Assiteca**, che a settembre, agli albori della seconda ondata della pandemia, ha presentato il pacchetto *Covid Free*, un servizio volto a soddisfare le esigenze delle imprese per prevenire e mitigare i potenziali danni, anche economici, provocati dall’emergenza sanitaria.