

OBIETTIVO: SOSTENERE LA CRESCITA DELLE PMI

di BENIAMINO MUSTO

GENERALI ITALIA HA LANCIATO “ATTIVA COMMERCIO”, UNA NUOVA SOLUZIONE ASSICURATIVA PENSATA ESPRESSAMENTE PER LE MICRO E PICCOLE IMPRESE DEL SETTORE: UN SEGMENTO DELL’ECONOMIA ITALIANA CHE COINVOLGE OLTRE 1,7 MILIONI DI PICCOLE ATTIVITÀ E CHE DÀ LAVORO A OLTRE QUATTRO MILIONI DI PERSONE

Sostenere la ripresa delle piccole e medie imprese di questo Paese, in particolare per quelle del commercio, duramente colpite dalla riduzione dei consumi e dalle chiusure forzate imposte dalle misure per contenere la pandemia di Covid-19. È questo uno degli obiettivi del nuovo prodotto che **Generali Italia** ha deciso di lanciare sul mercato in questo inizio di 2021. La soluzione assicurativa si chiama *Attiva Commercio* ed è stata pensata specificamente per le micro-imprese di questo settore, che conta oltre 1,7 milioni di piccole attività presso cui lavorano oltre 4 milioni di persone. Si tratta di un mondo su cui Generali Italia si sta concentrando da tempo, sia sostenendo iniziative come il *Welfare index Pmi*, sia ampliando l'offerta assicurativa per questo segmento, in cui il Leone di Trieste è presente capillarmente: un'impresa su quattro, in Italia, è già assicurata con Generali.



Marco Sesana, country manager e ceo di Generali Italia e global business lines

Il prodotto *Attiva Commercio* è stato presentato il mese scorso durante un evento online in cui è intervenuto **Marco Sesana**, country manager e ceo di Generali Italia e global business lines. “Generali – ha detto – si è fatta carico di questo settore sostenendolo molto in quest’ultimo anno. Ora vogliamo fare di più per esserci concretamente nelle comunità in cui c’è più bisogno, traducendo le nostre intenzioni in azioni concrete. Vogliamo stare vicino alle imprese – ha aggiunto – portando tutto il meglio di Generali, il nostro modello di servizio, la capacità di innovazione e la nostra capacità di avere una visione globale”.

TRE MESI DI COPERTURA GRATUITA PER I NUOVI CLIENTI

“*Attiva Commercio* – ha spiegato **Arianna Nardi**, head of marketing di Generali Italia – mette a disposizione del piccolo imprenditore l’offerta e la consulenza di Generali in termini di prevenzione, assistenza, servizi e digitale”, dalla protezione per la consegna a domicilio al pronto intervento per interruzione attività; dalla cyber security per l’e-commerce al ripristino degli archivi digitali fino al pronto avvocato. “L’imprenditore – ha aggiunto – assieme all’agente attiva il suo piano di prevenzione, assistenza e servizi che si aggiorna nel tempo”.

Tommaso Ceccon, responsabile danni imprese di Generali Italia ha sottolineato i dettagli tecnici della soluzione assicurativa, in primis quella della semplicità di attivazione e gestione della polizza, “in un unico contratto per più sedi e punti vendita. Il prodotto – ha detto – è personalizzabile, combinando garanzie e ser-

**UTILE OPERATIVO RECORD NEL 2020:
5,2 MILIARDI DI EURO**

Il gruppo **Generali** ha realizzato nel 2020 un risultato operativo record a 5,2 miliardi di euro (+0,3%), grazie soprattutto al contributo dei segmenti danni e asset management. Sull'utile netto, tuttavia, che si attesta a 1.744 milioni, in calo del 34,7% rispetto al 2019, gravano le svalutazioni one-off sugli investimenti, principalmente nel primo semestre 2020.

Il gruppo, in una nota, ha spiegato che “escludendo l'onere del *Fondo straordinario internazionale per il Covid-19* e l'operazione di liability management, l'utile netto normalizzato è pari a 2.076 milioni (-12,7%)”. Il patrimonio netto del gruppo si attesta a 30.029 milioni (+5,9%), mentre il Roe risente dell'anno negativo e si attesta al 7,7% (-4,7 punti percentuali). La raccolta resta solida in un anno, come sappiamo, molto difficile: i premi lordi crescono dello 0,5% a 70,7 miliardi, grazie a una “raccolta danni resiliente e profittevole”, e alla raccolta netta vita a 12,1 miliardi.

A livello tecnico si registra il miglioramento del combined ratio che scende all'89,1% (-3,5%), mentre nel ramo vita il new business margin è al 3,9%.

Il Solvency ratio chiude l'anno al 224%, grazie anche a una generazione di capitale record pari a quattro miliardi. Il cda proporrà un dividendo per azione a 1,47 euro.



Da sinistra: **Tommaso Ceccon, Arianna Nardi e Marco Sesana**

vizi per una soluzione specifica per settore, contesto, obiettivi”. Inoltre Attiva Commercio è al 100% digitale, “si può controllare tutto dall’area clienti Generali o dall’app *MyGenerali*”, attivando o disattivando i servizi inclusi a seconda delle esigenze dell’imprenditore, il quale ha la possibilità di costruire le proprie coperture a un prezzo di partenza di 40 euro mensili. Per il lancio del prodotto, la compagnia, ai nuovi clienti, offre fino a tre mesi di copertura gratuita per le polizze sottoscritte entro il 31 maggio 2021, “un modo per venire incontro alle necessità di molte imprese in questo momento economico particolare”, ha osservato Ceccon, ricordando che “questa nuova soluzione rientra in un percorso che abbiamo avviato da tre anni in Generali Italia di rivisitazione della nostra offerta, coerentemente con la nostra strategia Partner di vita”.



UN RUOLO FONDAMENTALE PER GLI AGENTI

Con il nuovo prodotto Attiva Commercio “diamo risposta alle priorità degli imprenditori di questo settore, tra i più colpiti dalla crisi, per ripartire velocemente e cogliere nuove opportunità. Il nostro modello per lo sviluppo delle imprese – ha sottolineato Sesana – offre una consulenza capillare sul territorio e soluzioni con più prevenzione, assistenza, servizi e digitale. Fare bene impresa oggi – ha detto – vuol dire esserci per generare futuro”.

Sebbene strutturata per essere gestita in modo totalmente digitale, Generali Italia fa molto affidamento sul ruolo della rete distributiva fisica. “Gli agenti – ha

detto Sesana – avranno un compito fondamentale per riuscire a portare cultura assicurativa presso le piccole aziende. I nostri agenti – ha sottolineato Sesana – rappresentano un’eccellenza, il meglio del comparto agenziale, e sono in grado di far arrivare all’imprenditore il meglio del mondo Generali. Hanno saputo in modo eccellente restare in contatto con i nostri clienti. Essi restano i detentori della relazione, solo che ora lo faranno con strumenti tecnici più evoluti. L’erogazione dei servizi all’impresa assicurata sarà gestita in forma digitale, ma noi faremo affidamento sulla loro preparazione eccellente e sulla loro capacità di risk assessment”.

1