

SALUTE E POLIZZE, LA DIREZIONE È GIUSTA

di FABRIZIO AURILIA

SULLA SCORTA DELL'EMERGENZA SANITARIA, LE COMPAGNIE HANNO INTENSIFICATO GLI IMPEGNI SUL FRONTE DEL WELFARE SANITARIO, CON RISULTATI INCORAGGIANTI. SUL PALCO DELL'INNOVATION SUMMIT 2021 SI È TENUTO IL CONFRONTO TRA ALCUNE DELLE IMPRESE PIÙ ATTIVE NEL RAMO: AXA ITALIA, GENERALI WELION, INTESA SANPAOLO RBM E UNISALUTE

Da marzo 2020 le persone si sono scoperte più vulnerabili. L'irruzione della pandemia nella nostra vita quotidiana ha avuto l'effetto di aumentare le nostre paure, ma anche di farci riflettere sulla qualità delle cure cui ci sottoponiamo. Il Sistema sanitario nazionale è stato messo in grande difficoltà, soprattutto nei primi mesi della pandemia.

Ai temi legati alla salute è stata dedicata una sessione dell'*Innovation Summit*, durante la quale una tavola rotonda moderata da **Nicola Ronchetti**, ceo di **Finer**, ha indagato le fragilità del sistema italiano, e in che modo il comparto privato ha affrontato l'emergenza e affronterà la cosiddetta nuova normalità.

Ma partiamo da una premessa: circa il 40% delle persone che non ha una copertura sanitaria, ha ricordato Ronchetti, dichiara di volerla. Cosa fare e come arrivare a queste persone?

DIRETTORE D'ORCHESTRA

Per intercettare questi potenziali clienti, le imprese agiscono sulla *value proposition*. **Chiara Soldano**, head of health and executive director di **Axa Italia**, ha spiegato come la compagnia, in accordo con quanto definito a livello di gruppo, ambisca a giocare il ruolo di "orchestratore dell'ecosistema salute, supportando il cliente dalla prevenzione fino alla cura". Axa Italia, ha continuato Soldano, è concentrata da una parte nella crescita attraverso prodotti assicurativi, sia retail sia

dedicati ai dipendenti delle aziende, ma dall'altra sta costruendo "un mondo di servizi integrati nei prodotti assicurativi" che permetta al cliente di riconoscere Axa come partner.

"Un altro aspetto della nostra strategia - ha aggiunto Soldano - si è concretizzato con l'acquisto di quattro centri diagnostici e il consolidamento di una stretta partnership con il gruppo **Cidimu**. Sentiamo la responsabilità del nostro ruolo sociale e cerchiamo soluzioni che permettano ai clienti di avere a disposizione strutture di qualità, facilmente accessibili. Fa parte della nostra value proposition: essere, concretamente, partner delle persone".



Da sinistra: **Cesare Lai**, **Nicola Ronchetti**, **Chiara Soldano**, **Marco Vecchietti** e **Giovanna Gigliotti**

UN RUOLO DI SUPPLENZA

Nei mesi più bui dell'emergenza, alcune imprese si sono fatte carico di un ruolo di supplenza del Ssn. La difficoltà ad accedere alle cure in strutture pubbliche e private, travolte dalla marea del Covid-19, ha spinto le compagnie a proporre nuove soluzioni, raffinando e completando la propria offerta. "È stato un momento chiave per capire come alleviare la preoccupazione dei nostri clienti", ha spiegato **Giovanna Gigliotti**, ad di **UniSalute**.

"Abbiamo rilasciato la polizza indennitaria legata al Covid-19 che prevedeva la diaria, una soluzione assicurativa classica ma molto ben accolta da oltre sei milioni di clienti", ha sottolineato. "Poi - ha continuato Gigliotti - abbiamo sviluppato supporti di telemedicina e monitoraggio anche per la gestione di altre patologie, nell'impossibilità della gestione in presenza a causa della sovrabbondanza dei malati Covid nelle strutture. È stata un'occasione per tenere viva la relazione con i clienti, anche se per noi - ha ammesso l'ad - le conseguenze sono state gravose, con centinaia di migliaia di richieste di rimborsi".

TUTTO IN UN UNICO PORTALE

Axa Italia ha realizzato in collaborazione con **Microsoft** il *portale salute*: "un punto di riferimento - ha spiegato Chiara Soldano, head of health and executive director di Axa Italia - che accompagna il cliente grazie alla formazione (gli *Axa Health Talk*) e la diagnosi di base attraverso il *symptom checker*, uno strumento gratuito che fornisce una prima indicazione sulla patologia". Nel portale, i clienti trovano anche il teleconsulto specialistico e il supporto di *medical concierge*, per affiancarli nella prenotazione delle visite: "si tratta di un percorso completato dalle nostre coperture e che ci permette di essere gli orchestratori dell'ecosistema", ha aggiunto Soldano. Infine, Axa Italia supporta il cliente nella selezione della struttura sulla specifica patologia, attraverso un servizio di ricerca delle strutture sanitarie completamente gratuito.

INTEGRARE PROTEZIONE E INVESTIMENTO

Uno dei punti deboli del sistema italiano è stato proprio la scarsa diffusione delle strutture territoriali per la cura, cosa che ha causato il blocco degli ospedali. Secondo **Marco Vecchietti**, ad e dg di **Intesa Sanpaolo Rbm Salute**, la "capillarità sanitaria" è importante anche per il lavoro delle assicurazioni, che devono valorizzare "la relazione con i clienti per evitare che il prodotto salute resti nel cassetto".

In Italia, il rapporto tra premi danni raccolti e Pil è all'1,9%, rispetto alla media europea del 4,5%; sempre nel nostro Paese la raccolta salute vale meno del 20% della raccolta danni: dati di cui tener conto quando si parla di servizi legati alle polizze. Per spingere la diffusione di un welfare di secondo livello, Intesa Sanpaolo si presenta come un soggetto dove il wealth management e la protection si integrano perfettamente: "la nostra offerta salute - ha spiegato Vecchietti - è il completamento di un disegno più ampio che comprende protezione e investimento". L'auspicio è che in breve tempo, anche grazie alle riforme del Pnrr, il progetto di una sanità integrativa diffusa si imponga come un nuovo modello sociale.

WELFARE AZIENDALE, UN PILASTRO PER LE RISORSE UMANE

Sembra un'utopia ma basta creare le giuste condizioni normative, com'è stato per il welfare aziendale che in pochi anni ha ampliato il suo bacino d'utenza. "Quella è la direzione giusta", come ha affermato durante il dibattito **Cesare Lai**, ad di **Generali Welion**. "Anche per quanto riguarda il welfare aziendale - ha precisato - la medicina domiciliare da remoto è una sfida ambiziosa che coinvolge il settore delle risorse umane, com'è accaduto durante la pandemia". In passato, ha suggerito Lai, il welfare aziendale era spesso un tema di posizionamento, ora c'è una consapevolezza diversa, anche per la spinta del Covid-19: "ora ci sono chiari obiettivi aziendali in tema di welfare e il settore salute è uno dei pilastri dell'agenda delle risorse umane di molte aziende, anche in Italia", ha aggiunto il top manager. E tra un anno, quando, ci auguriamo, la pandemia sarà superata completamente e il Paese sarà ripartito, secondo Lai il bacino per il welfare aziendale sarà ancora più ampio: "Generali Welion - ha chiosato - potrà esprimere ancora meglio il concetto di partner di vita del cliente".