

REALE GROUP, AGIRE SU VALORI CONDIVISI

ASSUNTA LA QUALIFICA DI SOCIETÀ BENEFIT, REALE GROUP SI PREPARA A NUOVE INIZIATIVE CHE VALORIZZINO GLI INVESTIMENTI E LA COMPONENTE DI SERVIZIO GRAZIE A UN MODELLO DI GESTIONE DI IMPRESA SOSTENIBILE CHE UNISCE ETICA E CAPACITÀ DI OPERARE PER IL BENE DELLA COLLETTIVITÀ. ECCO COME, SECONDO LUCA FILIPPONE, DIRETTORE GENERALE DI REALE MUTUA, L'ASSICURAZIONE PUÒ FORNIRE RISPOSTE CONCRETE ALLE URGENZE DEL NOSTRO PAESE, NEL WELFARE E PER LA GESTIONE DELLE CATASTROFI NATURALI

di MARIA ROSA ALAGGIO

Una compagnia generalista che valorizza la natura di *società mutua* attraverso una strategia che mette al centro le persone, l'integrazione della sostenibilità nel modello di business e l'innovazione tecnologica. Con una presenza sul mercato italiano che vanta 194 anni di storia, **Reale Group** prosegue il suo percorso di sviluppo conciliando il concetto di tradizione, basato su valori come qualità, professionalità ed etica, con la propulsione al nuovo.

Sono queste le caratteristiche distintive sui cui si fondano, secondo **Luca Filippone**, direttore generale di **Reale Mutua**, le iniziative intraprese dal gruppo assicurativo, il lavoro svolto nel tempo per arricchire l'offerta di prodotti e servizi, i risultati raggiunti e i programmi per il futuro.

Una conferma del valore di questo approccio è arrivata a fine 2021, quando **Fitch Ratings** ha alzato l'indice di solidità finanziaria (IFS) ad A- con outlook "stabile" per Reale Mutua e la sua controllata spagnola **Reale Seguros Generales**.

"Il riconoscimento della solidità del gruppo – afferma Filippone – rappresenta una sicurezza per quasi 4.000 dipendenti, circa 11mila agenti e intermediari e 4.730.931 soci/assicurati, in Italia, Spagna e Cile. Ed è



Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua

più in generale una conferma di un settore assicurativo in Italia solido e resiliente, che ha saputo attraversare brillantemente le crisi degli ultimi decenni e che è un punto di riferimento per cittadini e aziende per fare fronte a temi sensibili quali catastrofi naturali e welfare. Proprio su questi temi, anche attraverso le risorse messe in campo con il Pnrr, sono convinto si possa costruire un sistema misto pubblico-privato sempre più in grado di gestire le urgenze del nostro Paese e dare risposte concrete agli italiani". Per Reale Group il contributo che il mondo assicurativo può fornire a cittadini e aziende proviene dalla capacità di individuare le aree di necessità di protezione, generate in un contesto di mercato oggi aggravato dalla pandemia, e rispondere alle esigenze del cliente attraverso la diversificazio-

ne e la modernizzazione basata su digitalizzazione e innovazione tecnologica. Frutto di questa visione del mercato, solo per fare qualche esempio, sono: *Virtual Hospital*, la piattaforma di **Blue Assistance** per la gestione dei bisogni legati alla salute; l'accordo con **Confagricoltura** e **Microsoft** che ha dato vita a *Hubfarm*, progetto che ha l'obiettivo di accompagnare le imprese agricole nella transizione tecnologica, digitale ed ecologica; la multicanalità costruita intorno agli agenti.

SOCIETÀ BENEFIT PER LO SVILUPPO DEL BENE COMUNE

Per rafforzare la propensione verso un modello di gestione di impresa innovativo e sostenibile, che distribuisce valore ai suoi stakeholder, ai soci/assicurati e

UTILE CONSOLIDATO IN CRESCITA DEL 60%

Con un indice di solvibilità al 298%, l'utile consolidato di Reale Group nel 2021 si è attestato a 248,8 milioni di euro e ha registrato una crescita del 60% rispetto ai 155,5 milioni di euro nel 2020. Su questo risultato ha inciso in modo rilevante **Reale Immobili** il cui apporto, come riporta una nota della compagnia è "riconducibile in parte all'operazione di dismissione selettiva programmata di un pacchetto di immobili a uso residenziale e in parte al riallineamento dei valori fiscali a quelli civilistici del portafoglio immobiliare della società, come da opportunità fornita dal dlgs 104/2020 cosiddetto decreto Rilancio". La raccolta complessiva raggiunge i 5.174,4 milioni di euro (+2,3%): il ramo vita registra una sostanziale stabilità (-0,8%) e il ramo danni aumenta del 3,9% evidenziando un incremento del 6,1% nei rami non auto. In peggioramento il combined ratio operativo, pari al

100,4% contro il 95,3% del 2020 a causa non solo della risalita post lock down della frequenza sinistri auto, ma anche di sinistri molto gravi nel ramo incendio. "Come noto – afferma Luca Filippone, direttore generale di Reale Mutua – il settore assicurativo deve tener conto dello scenario che caratterizza l'Rc auto: stiamo entrando in un ciclo negativo provocato oggi da una frequenza sinistri tornata ai livelli pre-pandemia, da costi medi crescenti spinti dall'inflazione, dal prolungato calo del premio medio. Come Reale Mutua stiamo crescendo del 16% nel ramo salute grazie al contributo di contratti collettivi. Centrale per i risultati raggiunti e per i progetti futuri resta per noi l'attività del canale agenziale, al quale viene riconosciuto il grande valore consulenziale e un ruolo fondamentale per lo sviluppo nelle aree del welfare e delle Pmi".



alla comunità in cui opera, a dicembre 2021 Reale Mutua ha assunto la qualifica di *società benefit*.

“Essere una società benefit – spiega Filippone – rappresenta un passaggio naturale per una società mutua che nel proprio statuto riconosce sì l’importanza di generare profitto, ma soprattutto lo sviluppo del bene comune e dell’impatto sociale nelle comunità in cui lavora. Questo significa trasparenza, capacità di rendersi misurabili, orientare i nostri attivi e gli asset immobiliari sulla base dei criteri Esg. In questa ottica, puntiamo, in prospettiva, ad arrivare anche alla certificazione BCorp”.

In questa direzione vanno i progetti della compagnia, sempre più impegnata, come sottolinea Filippone, a generare impatti concreti e positivi sulla collettività, sull’ambiente e sui dipendenti.

E proprio l’attenzione ai dipendenti è stata confermata anche dalla certificazione *Great Place to work Italia 2021* basata sulla valutazione del clima aziendale. Alla survey ha partecipato il 78% delle persone che lavorano in Reale Group: unanime il riconoscimento dell’eccellenza del contesto lavorativo, l’84% dei dipendenti ha dichiarato di essere orgoglioso di lavorare in Reale Group. Un risultato che testimonia, secondo Filippone, “l’importanza dell’ascolto delle proprie persone per



creare, all’insegna del rispetto, dell’equità e della coesione, una dimensione professionale positiva”.

GLI AGENTI E LA FILOSOFIA TOGETHER MORE

La decisione di assumere la qualifica di *società benefit* rientra del resto nella filosofia che Reale Group ha definito attraverso il claim *Together More*, lanciato nel 2016 con una campagna pubblicitaria tesa alla comunicazione dei valori contenuti nel brand. I messaggi espressi da *Together More* puntano a rafforzare la fisionomia di Reale Group come comunità solidale, capace di costruire maggiore valore, sviluppare progetti più grandi, raggiungere risultati più importanti grazie al senso di compartecipazione e a un modo condiviso di pensare e interagire.

Non stupisce quindi che la propensione a lavorare per raggiungere obiettivi comuni coinvolga anche la relazione con il canale agenziale.

Reale Mutua ha attualmente avviato una fase di confronto con il gruppo agenti per sviluppare l’*Agenzia del Futuro*, un modello condiviso con la rete che punta a unire mondo fisico e mondo digitale, consulenza e web.

Sul versante della capacità distributiva, la crescita del



6,1 % nei rami non auto per il 2021 dimostra l'importanza dei canali distributivi, in particolare degli agenti nell'intercettare i nuovi bisogni di protezione.

La sfida per la rete agenziale di Reale Mutua è però oggi quella di contribuire alle due aree strategiche che la compagnia intende sviluppare nei prossimi mesi: il welfare e le Pmi, ambiti che meglio possono esprimere le strategie del gruppo nella costruzione dell'offerta assicurativa e di servizi innovativi.

Nella vita la compagnia, in un mondo caratterizzato dalla volatilità e che vede ripartire i tassi di interesse, ha equilibrato ramo I e ramo III. Ma in generale la formulazione dell'offerta tiene conto della centralità del ruolo consulenziale degli agenti e della necessità di offrire prodotti modulari, anche in ottica P2G.

L'attività degli agenti si inserisce inoltre nella propensione di Reale Mutua a conciliare tradizione e innovazione. “Reale Mutua – spiega Filippone – continua

a sviluppare una dimensione *high-tech*, ma la nostra forza rimane lo *human touch*”. Con gli agenti, la compagnia condivide i valori della qualità, della professionalità e dell'etica. “Un esempio della capacità di unire tali valori e la spinta all'innovazione è rappresentato dall'approccio al Superbonus – spiega Filippone – che è stato da noi gestito con grande accortezza, richiedendo i necessari controlli e le verifiche sull'intero ciclo di approvazione: un approccio forse un po' *prudente* ma che si è rivelato vincente, a tutto vantaggio anche della rete”.

PARTNERSHIP E INVESTIMENTI IN START UP

Attraverso **Reale Group Corporate Venturing**, la divisione dell'area *digital & innovation* di Reale Group, la compagnia investe in Italia e all'estero in start up innovative e individua partnership per sviluppare servizi

a valore aggiunto. L'obiettivo è trasversale e riguarda soluzioni per migliorare i processi, l'offerta, nuovi modelli di business per clienti e canale agenziale.

“Il nostro intento – afferma Filippone – è investire in ecosistemi, partnership e realtà innovative che ci permettano di sperimentare tecnologie e definire soluzioni a supporto di nuovi processi, modelli e servizi che contribuiscano a delineare l'assicurazione del futuro”. Le esperienze di venture capital hanno permesso a Reale Group di coinvolgere alcune aziende di valore come **Charlie 24**, che ha digitalizzato il processo di assistenza e **Pharmercure** per lo sviluppo del processo di vendita e consegna a domicilio dei farmaci.



L'area dei servizi di assistenza, in un'ottica di valorizzazione delle strategie di *open innovation* e *on demand-economy* nella mobilità e nella salute, ha assistito a un'importante accelerazione grazie a Blue Assistance.

Nel 2019 la compagnia guidata da **Marco Mazzucco** ha infatti acquisito una quota di partecipazione della start up Charlie 24 per fornire alla clientela la possibilità di accedere a una piattaforma web, tramite smartphone e senza scaricare alcuna app o senza registrazione a siti internet, usufruendo di un servizio di assistenza stradale immediata, trasparente e a costi preventivati. Sempre nel 2019 Reale Mutua ha acquisito una quota della start up Pharmercure, la piattaforma online che consente di erogare il servizio di consegna a domicilio di tutti i prodotti acquistabili in farmacia, compresi i farmaci con ricetta. “Grazie a questa operazione – evidenzia Filippone – abbiamo messo a segno un passaggio importante per il rilancio del nostro posizionamento nelle aree della salute e del welfare e per lo sviluppo di nuovi modelli nel mondo dei servizi”.

Per le Pmi, altro segmento cruciale nella strategia di Reale Mutua, la citata partnership con Microsoft ha l'obiettivo di accelerare la trasformazione digitale delle aziende, la produttività, la sostenibilità e la prevenzione dei rischi attraverso il digitale. Tra le priorità dell'accordo figura la produzione di un pacchetto di servizi personalizzati e dedicati a diversi settori e filiere industriali.

“L'insieme delle nostre attività – conclude Filippone – è la risposta dell'assicurazione al bisogno di garantire solidità e fiducia. In un mondo in cui le regole sono tante ma paradossalmente sono in continua evoluzione, ciò che ci deve guidare sono i valori fin qui descritti che contribuiscono a creare le motivazioni per farci scegliere dai clienti, sempre più attenti ai temi della sostenibilità, del bene per il Paese e per l'umanità. Per noi restano tutti temi su cui continuare ad agire”.

