

# CREDEM, LA CONCRETEZZA NELLE COLLABORAZIONI

LE PARTNERSHIP BANCASSICURATIVE DEL GRUPPO HANNO L'OBIETTIVO DI OFFRIRE RISPOSTE SEMPRE PIÙ ATTENTE AI BISOGNI DEGLI ASSICURATI. SECONDO ROSSELLA MANFREDI, DG DI CREDEMVITA E CREDEMASSICURAZIONI, GLI ACCORDI SI FONDANO SULLO SCAMBIO DI COMPETENZE E SULLA FORTE SINERGIA TRA SOCIETÀ SPECIALIZZATE E RETI DISTRIBUTIVE

Un cammino iniziato tanti anni fa nel ramo danni e che da relativamente poco tempo si è arricchito con la parte vita, attraverso le collaborazioni con società internazionali attive nell'asset management e nel wealth management. Questa, in estrema sintesi, la traiettoria del gruppo **Credem**, che vanta una lunga storia di collaborazioni. Un racconto particolarmente intessuto di partnership: "in particolar modo nell'*insurance management*, dove da diversi decenni evolviamo il nostro modello anche grazie alle competenze di primari partner internazionali", spiega **Rossella Manfredi**, dg di **Credemvita** e **Credemassicurazioni**.

Le collaborazioni del gruppo si sono affinate nel tempo, con l'obiettivo di offrire risposte sempre più attente ai bisogni degli assicurati, soprattutto in un mercato, come quello della bancassicurazione, che evolve costantemente. "Si tratta – racconta Manfredi – di partnership fondate sulle competenze e sul reciproco scambio di know-how specifici". A completare il modello di collaborazioni con il mondo bancario, in Credem esiste una "forte sinergia" tra società specializzate e reti distributive: "siamo l'unico gruppo della nostra dimensione ad aver fatto questa scelta – precisa la dg –, sinergia che si è confermata come nostro grande punto di forza, consentendoci di ottenere risultati molto positivi in un contesto di settore particolarmente complesso".

## TRA PROTEZIONE, RENDIMENTO E INNOVAZIONE

Per quanto riguarda il comparto vita e investimenti, che sta attraversando un momento critico legato all'andamento dell'inflazione e dei mercati finanziari, per Manfredi l'obiettivo di un prodotto è "evidentemente quello di proteggere il patrimonio degli assicu-

### SEI MESI IN ACCELERAZIONE

**C**redemvita, nei primi sei mesi del 2023, ha registrato una crescita dell'utile netto pari a 27 milioni di euro (+68% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), con una raccolta lorda a 755 milioni in progresso del 23% anno su anno, e una raccolta premi netta positiva per 116 milioni.

Per quanto riguarda Credemassicurazioni, l'utile netto è cresciuto a sette milioni di euro (+79% anno su anno) grazie a un aumento del risultato assicurativo, conseguenza della crescita del portafoglio polizze, di una riduzione dei costi per sinistri, e a un recupero del risultato finanziario.

rati con varie modalità”; le caratteristiche assicurative “lo differenziano profondamente rispetto all’offerta di strumenti finanziari in ambito risparmio e investimento”. Il cliente, sottolinea Manfredi, “ci deve scegliere avendo chiaro il bisogno che questi prodotti vogliono soddisfare”, anche se “una redditività che rifletta le condizioni dei mercati rappresenta una caratteristica molto importante” per garantirne l’interesse degli assicurati.

Innovazione è la parola chiave quando si parla di welfare, protezione e Pmi. Innovare la gamma prodotti sulla base dei bisogni emergenti “è il nostro primo obiettivo”, precisa Manfredi. A questo si affianca un livello di servizio che dev’essere in costante crescita.

## UN’OFFERTA SPECIALIZZATA E DISTINTIVA

In ambito welfare, queste strategie si traducono nella “trasformazione del prodotto previdenziale in uno strumento *life-cycle*” attrattivo soprattutto per i giovani, presso cui, riflette la dg, “probabilmente non è ancora così diffusa l’importanza della pianificazione finanziaria”.

Nel settore della protezione, l’obiettivo è che “i prodotti siano utili ai clienti sempre e non solo nel momento in cui si verifica un evento sfavorevole”. Per questo il prodotto deve offrire “servizi disegnati sulle esigenze”



Rossella Manfredi, dg di Credemvita e Credemassicurazioni

ed essere “su misura anche nelle modalità di pagamento”, con possibilità di rateizzazione del premio. E quindi, ad esempio, nel prodotto salute c’è un servizio di *virtual hospital*.

Infine, per quanto riguarda le Pmi, l’offerta “mira a essere fortemente specializzata e distintiva rispetto a quella del *large corporate*”, dichiara Manfredi. Un prodotto semplice che include i rischi emergenti, come gli eventi climatici avversi “che hanno dimostrato anche in tempi recenti l’importanza per le piccole e medie imprese di tutelare il proprio patrimonio aziendale”, chiosa la dg.

## CONSULENZA: VINCE IL MODELLO IBRIDO

Nell’ambito di un’offerta molto articolata, la consulenza deve essere un tassello essenziale del mosaico. “Nel contesto sociologico attuale – riflette Manfredi – il full digital non è a mio avviso il modello di consulenza che permette di fornire a ogni cliente il miglior servizio. Questo è particolarmente vero – continua – per la consulenza assicurativa, dove la sovrapposizione di generazioni porta a incontrare i bisogni di persone con grandi differenze di età, capacità economiche e competenze digitali, accumulate tuttavia dallo stesso bisogno di vicinanza e supporto in caso di sinistro”.

Per questo, in sinergia con il gruppo, le compagnie di Credem si avvalgono di un modello di interazione ibrido (fisico-digitale): “la novità più rilevante in questo ambito – rivela la dg – è stata l’adozione a livello di gruppo di una piattaforma unica di consulenza che a breve integrerà completamente anche la componente di protezione assicurativa”.

In questo senso, ricorda ancora Manfredi, “uno dei principali punti di forza del nostro modello è la sinergia con le reti distributive che nell’ambito della formazione si traduce in un dialogo costante e concreto”. Oltre a un’offerta di formazione classica, attraverso aule e corsi, sono previsti “momenti di incontro presso le compagnie in cui i consulenti hanno accesso a tutti i professionisti che ideano, realizzano e gestiscono ogni giorno i prodotti che loro distribuiscono”. Questo rapporto, che va oltre quello produttore-distributore, secondo Manfredi, garantisce concretezza al concetto di partnership di competenze di cui si è parlato in apertura. **F.A.**