

# ATHORA ITALIA, STRATEGIE PER UNA NUOVA IDENTITÀ AZIENDALE

DAL 2022 LA COMPAGNIA CHE IN POCHI ANNI HA ASSUNTO DIVERSE DENOMINAZIONI, PASSANDO DA CARIGE VITA NUOVA AD AMISSIMA VITA PER POI ENTRARE A FAR PARTE DI UNA REALTÀ DI RESPIRO EUROPEO COME ATHORA, HA CAMBIATO PELLE GRAZIE ALLE RELAZIONI CON NUOVI PARTNER DISTRIBUTIVI, UNA PROFONDA RIORGANIZZAZIONE INTERNA E LA REVISIONE DELL'OFFERTA. PER JOZEF BALA, AD E DG DELLA SOCIETÀ, È ARRIVATO IL MOMENTO DI PRESENTARSI SUL MERCATO ITALIANO COME UN INTERLOCUTORE SEMPRE PIÙ AUTOREVOLE DEL MONDO ASSICURATIVO VITA

di MARIA ROSA ALAGGIO

---

Con la vendita di **Amissima Vita** a **Athora Holding** e il cambio di denominazione in **Athora Italia** nel 2022, si è aperta per la compagnia una fase di profonda trasformazione, di costruzione di una nuova identità e di riposizionamento sul mercato italiano.

L'appartenenza a una realtà come Athora, che in Europa si distingue per l'elevato livello di specializzazione nei servizi di risparmio e investimento, nel ramo vita e nella previdenza, ha rappresentato e rappresenta per Athora Italia un'importante carta su cui costruire il cambiamento aziendale e gestire i nuovi programmi di sviluppo.

Dall'estate del 2022 il compito di coordinare questo nuovo assetto è stato affidato a **Jozef Bala**, classe 1979, già general manager di Amissima Vita dopo aver ricoperto l'incarico di cfo in Amissima Group e dopo aver maturato una lunga esperienza in **Generali**, fino a diventarne il group head of corporate finance. Bala, facendo leva sul know how sviluppato in Amissima Vita, ha puntato a rafforzare Athora Italia partendo innanzitutto dalle persone: alle iniziali 80 risorse ne sono state aggiunte altre 30 con l'obiettivo di accrescere le competenze tecniche e di operare in modo verticale nelle aree di business su cui la società si concentra. "Essere parte di Athora – spiega Bala – ci ha dato prospettive migliori e una carica di entusiasmo e dinamicità per riuscire a rendere immediato il passag-



*Jozef Bala, amministratore delegato e direttore generale di Athora Italia*

gio dalle strategie all'operatività. Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da importanti cambiamenti per Athora Italia quali, ad esempio, la firma di un accordo di distribuzione esclusiva con **BdM Banca e Cassa di Risparmio di Orvieto** e, quasi in contemporanea, la chiusura dello storico accordo con la rete di Carige, acquisita dal gruppo **Bper**. Athora Italia ha utilizzato queste evoluzioni per innovare la sua organizzazione e costruire una nuova identità aziendale fondata sulla partecipazione delle persone, solidità del modello di business, flessibilità e ascolto dei bisogni dei distributori e dei clienti. L'obiettivo è stato fin da subito quello di costruire una forte identità aziendale, basata su solidità, affidabilità e vicinanza al cliente”.

Grazie ad acquisizioni in Germania, Belgio, Paesi Bassi e Italia, Athora in Europa a fine 2023 ha raggiunto oltre 73 miliardi di euro di masse in gestione e circa 2,8

milioni di assicurati: un risultato messo a segno da una società di natura privata, nata nel 2014 sull'onda della normativa Solvency, e costituita da azionisti e investitori che, avendo la mission di porsi come consolidatori in grado di contrastare la volatilità dei mercati, operano esclusivamente con un orizzonte di lungo termine. “Il nostro approccio al mercato, in Europa e in Italia, aiuta a essere meno condizionati da business volatili – dichiara Bala – e a garantire rendimenti migliori, aspetto fondamentale per generare fiducia tra i clienti”. Il tema della solidità finanziaria è fondamentale per tutelare gli assicurati dal rischio finanziario: l'indice di solvibilità di Athora Italia per il 2023 è del 211%, mentre il Gruppo Athora ha un rating A, il che “ci posiziona in una certa fascia tra gli assicuratori europei e rafforza la nostra ambizione di crescere ulteriormente”, sottolinea Bala. Un'ambizione che si concretizza con l'obiettivo di aumentare la quota di mercato della compagnia in Italia, per arrivare al 2% di market share entro i prossimi cinque anni: un traguardo che Bala intende raggiungere puntando sull'incremento dei partner distributivi, a partire dalle banche, sull'innovazione dell'offerta, sulla produzione di efficienza grazie anche alla tecnologia, e su un importante piano di comunicazione per diffondere il valore del brand a garanzia degli investimenti e del futuro della clientela.

## UNA PLURALITÀ DI CANALI DISTRIBUTIVI

La collaborazione tra Athora Italia e il mondo bancario affonda le radici nella storia di **Carige Vita Nuova**, la compagnia passata al fondo **Apollo** nel 2015 con il nome appunto di **Amissima Vita** e, come detto, successivamente acquisita da Athora.



© ConceptCafe - iStock

## SICUREZZA E GARANZIA DI RENDIMENTO

Risparmio e investimenti, protezione della persona e previdenza complementare sono le aree in cui Athora Italia sviluppa una gamma di offerta che spazia da prodotti con gestione separata, come *Athora Risparmio Protetto* (con rendimento certificato lordo del del 4,44% ad agosto 2024), e prodotti multiramo che prevedono switch automatici tra gestione separata e fondi, in base alle esigenze del cliente, incorporando anche garanzie di protezione vita per completare le possibilità di scelta a seconda del bisogno finanziario o assicurativo.

*Athora Rendimento +*, in particolare, è un prodotto di ramo I che prevede una rivalutazione annua in base al

rendimento della gestione separata *Athora Risparmio Protetto*, riconosce al cliente un rendimento minimo garantito del 2% nei casi di premorienza (è possibile garantire ai propri cari un capitale aggiuntivo fino a 30mila euro), e il riscatto agevolato. Alla scadenza del contratto e secondo la durata prescelta (5,7 o 10 anni), il rendimento minimo garantito può essere del 2%, 4% o 6%. A queste soluzioni si affiancano prodotti di protezione vita, come le Tcm (offerte anche come garanzia aggiuntiva ai prodotti di investimento, ai mutui e prestiti personali) e prodotti di previdenza complementare per la protezione del tenore di vita come i Pip.

“I nostri sforzi – spiega Bala – si concentrano oggi sul coinvolgimento di realtà bancarie che ancora non hanno accordi, sulle reti di consulenza finanziaria e sul mondo del private banking, nonché sulla volontà di potenziare la collaborazione con gli agenti e i broker. La clientela a cui ci rivolgiamo è prevalentemente retail e affluent, ma intendiamo guardare anche a segmenti più sofisticati, tradizionalmente gestiti da reti di promotori finanziari e private banker”. L’insieme dei canali distributivi su cui si articola l’attività di Athora Italia richiede anche un potenziamento dell’offerta da rivolgere in modo mirato al singolo canale e al target di riferimento. All’offerta predefinita, caratteristica delle banche retail, si affiancano infatti soluzioni più sofisticate che meglio si prestano alla costruzione di offerte personalizzate (ramo I e multiramo) da gestire in ambito private banking. Per la distribuzione attraverso le agenzie Athora Italia pone invece maggiore attenzione al tema della previdenza, alle temporanee caso morte e ai piani individuali pensionistici.

### INVESTIMENTI, PREVIDENZA E SOSTENIBILITÀ

Come tutte le compagnie, anche Athora Italia ha dovuto fare i conti con gli effetti inflattivi provocati dall’au-

mento dei tassi di interesse, dopo dieci anni di tassi in calo. Anche il caso **Eurovita** ha contribuito a evidenziare alcune debolezze dell’offerta vita, in particolare delle gestioni separate.

“Ma risolto il caso Eurovita – evidenzia Bala – il mercato ha avuto la capacità di innovare: anche se la raccolta netta è stata negativa dopo decenni, la raccolta lorda nel 2023 ha tenuto. Certo, i prodotti vita vanno modificati seguendo anche le indicazioni di **Ivass**, che invita le compagnie ad allineare l’orizzonte temporale per calibrare rendimenti adeguati”. La risposta di Athora Italia è arrivata grazie a un’analisi di mercato e al successivo lancio di *Athora Rendimento +*, un prodotto di ramo I che prevede una rivalutazione annua in base al rendimento della gestione separata *Athora Risparmio Protetto*, garantisce un rendimento minimo a scadenza, non prevede costi di ingresso o penali di riscatto e offre una maggiorazione caso morte (vedi box).

La sfida è intercettare le esigenze degli italiani e indirizzare le scelte di investimento di una popolazione che, come evidenzia l’ultimo Rapporto **Censis**, per il 39,3% risparmia al massimo il 5% del proprio reddito annuo, mentre il 33,2% degli italiani risparmia tra il 6% e il 15%, il 17,2% tra il 15% e il 20%, il 10,3% oltre il 20%. La propensione al risparmio da parte degli italiani è,

**1999**

La società assume  
la denominazione  
di Carige Vita Nuova Spa

**2004**

Banca Carige  
diventa azionista unico

**2015**

Carige Vita Nuova passa  
al Fondo Apollo col nome  
Amissima Vita diretta da  
Amissima Holdings Srl

**2022**

- Viene firmato l'accordo per la vendita al 100% di Amissima Vita ad Athora Holding Ltd
- Ad agosto si perfeziona l'acquisizione di Amissima Vita da parte di Athora Italy Dac, società del Gruppo Assicurativo Athora
- A ottobre Amissima Vita modifica la propria denominazione sociale in Athora Italia Spa

secondo Bala, strettamente connessa alla crescita del Paese, vale a dire che la ricchezza delle famiglie cresce solo se il Paese cresce. Ma il contesto socio economico dell'Italia evidenzia purtroppo, al di là di un aumento o meno dello stock di ricchezza complessivo, un drammatico gap pensionistico che il settore assicurativo vita deve contribuire a colmare stimolando la domanda di soluzioni previdenziali, a cui Athora Italia sta puntando arricchendo l'offerta dedicata alla previdenza.

Capitolo a parte, ma fondamentale quando si parla di qualità degli investimenti, è l'attenzione della compagnia ai criteri Esg e alla sostenibilità. Molte le scelte messe in campo in questo ambito: investimenti sulla base di obiettivi a tutela dell'ambiente e del sostegno alla società; eliminazione di investimenti che violano i diritti umani o di investimenti in aziende che operano nel settore delle armi non convenzionali; riduzione delle partecipazioni nel settore carbonifero.

## DALLA DIGITALIZZAZIONE ALL'INTEGRAZIONE DEI SISTEMI

Tra le priorità affrontate dal 2022 a oggi per riorganizzare i modelli di business, operativi e di offerta, la compagnia ha sviluppato un articolato programma basato sull'innovazione tecnologica grazie al quale intervenire, all'insegna della digitalizzazione, sui processi interni e sull'integrazione dei sistemi verso i canali distributivi, migliorando l'operatività a partire dall'emissione dei prodotti.

Centrale è stata la creazione di Api, di protocolli che favoriscono il dialogo tra la compagnia e i partner distributivi, alla quale si è aggiunta l'attività sui sistemi informatici interni, con la migrazione da mainframe verso sistemi cloud. "La tecnologia ci aiuta anche per generare efficienza interna, per la reportistica e per il controllo di gestione – aggiunge Bala – con risultati che si manifestano sia in termini di controllo dei costi sia sul fronte di una migliore user experience".



## AUTOREVOLEZZA E CAPACITÀ DI PROTEZIONE FINANZIARIA

L'impegno profuso negli ultimi anni per costruire una nuova identità aziendale, il lavoro sulle partnership e gli investimenti in tecnologia necessitano oggi di un ulteriore step, di un importante anello di congiunzione con il mercato che aiuti a rafforzare il posizionamento del brand Athora Italia nel nostro paese e a facilitare la diffusione dei valori fondamentali su cui la compagnia opera: la comunicazione. "Riteniamo sia arrivato il momento di presentarci sul mercato italiano come partner sempre più autorevole del mondo assicurativo vita, grazie a un portafoglio prodotti innovativo capace di rispondere ai bisogni dei nostri clienti", afferma Bala. Con

questo obiettivo nel giugno scorso è stata lanciata la campagna di comunicazione che ha coinvolto televisione, stampa nazionale, canali streaming (Netflix e Amazon Prime), le connected Tv e i canali digitali. Il claim *Un giorno ti ringrazierai* sintetizza l'importanza di quanto le scelte adottate oggi siano in grado di condizionare il nostro futuro: un concetto che intende esprimere il legame tra bisogno di protezione finanziaria e capacità di fornire supporto in tutto il percorso di vita delle persone. Il programma di comunicazione proseguirà anche nei prossimi mesi per continuare a trasmettere "un senso di protezione, di fiducia e – conclude Bala – il nostro impegno e la nostra volontà di stare vicini al cliente per aiutarlo a costruire un futuro sereno".

