

UN'OFFERTA CHE CRESCE

di GIACOMO CORVI

SEMPRE PIÙ COMPAGNIE SONO ATTIVE NEL SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE DI POLIZZE ASSICURATIVE IN ABBINAMENTO ALLA VENDITA DI ALTRI BENI E SERVIZI: UN MERCATO IN RAPIDA EVOLUZIONE, FRA ACQUISIZIONI E NUOVI MODELLI DI BUSINESS, CHE CONTINUA A MOSTRARE GRANDI POTENZIALITÀ DI CRESCITA E SVILUPPO

A inizio agosto, proprio quando ormai si avvicinavano le vacanze estive per molti professionisti del settore assicurativo, è arrivata la notizia dell'acquisizione del gruppo **Nobis** da parte di **Axa**. L'operazione, stando a quanto comunicato dal colosso francese in una nota stampa, avrà un valore complessivo di 423 milioni di euro, con un earn-out potenziale fino a un massimo di altri 55 milioni di euro se saranno raggiunti determinati obiettivi di fatturato nei cinque anni successivi al closing. Il perfezionamento della transazione, soggetta come sempre ai consueti via libera delle autorità regolamentari competenti, è atteso per la prima metà del 2025. E consentirà ad **Axa Italia**, prosegue la nota stampa, di "migliorare il proprio posizionamento nel business del ramo danni": al closing la società aumenterà di circa un punto percentuale la propria quota di mercato e guadagnerà una posizione nella graduatoria di settore, raggiungendo il quarto posto in classifica. E ciò probabilmente anche in ragione dei benefici che potrà trarre dall'esperienza accumulata dal gruppo Nobis nel business dell'embedded insurance: circa il 48% dei 415 milioni di euro di raccolta premi nel ramo danni messi a bilancio dalla società nel 2023 sono stati infatti realizzati proprio attraverso la distribuzione di polizze assicurative in abbinamento alla vendita di altri beni o servizi.

L'esperienza di Nobis nell'embedded insurance parte da lontano, dai primi anni '90, quando la compagnia si

chiamava ancora **Filo Diretto** e collaborava con agenzie di viaggio e tour operator per offrire polizze di assistenza, annullamento viaggio e rimborso delle spese mediche abbinate ai pacchetti acquistati dai clienti. L'attività del gruppo ha quindi seguito l'evoluzione del mercato, allargando la propria offerta e adeguandola alla digitalizzazione tipica del settore del turismo. E si è successivamente estesa anche ad altri ambiti di business, arrivando per esempio, grazie alla competenza specifica di **Nobis Assicurazioni**, a presidiare il mercato della distribuzione automobilistica con numerose partnership strette con concessionarie e società finanziarie per la commercializzazione di polizze Cvt. Il risultato è che oggi, come detto, quasi la metà della raccolta danni di Nobis è fatta con l'embedded insurance. "La nostra esperienza – fanno sapere dalla società – dimostra che il modello funziona. Siamo convinti che l'embedded insurance abbia ancora molto da offrire e che il modello, grazie alla rapidità e alla semplicità di acquisto, possa favorire la diffusione della cultura assicurativa e contribuire così a colmare il gap di protezione che ancora scontiamo in Italia".

SOLUZIONI CONCRETE E SEMPLICI

L'acquisizione di Nobis non segnerà tuttavia il debutto del gruppo Axa Italia nel business dell'embedded insurance: la società è infatti da tempo attiva in questo settore, soprattutto attraverso la controllata **Quixa Assicu-**



razioni. La compagnia 100% digitale di Axa Italia ha per esempio annunciato recentemente la sottoscrizione di un accordo con **Fastweb** per la fornitura di una polizza di assistenza alla clientela del colosso italiano delle telecomunicazioni nell'ambito delle nuove offerte di rete fissa, *Fastweb Casa* e *Fastweb Casa Plus*, e delle soluzioni per partite Iva e aziende, ossia *Fastweb Business*, *Fastweb Business Plus* e *Unlimited Business*. La polizza, nel dettaglio, metterà a disposizione dei clienti privati una serie di servizi pensati per far fronte a eventuali incidenti o imprevisti che possono verificarsi in casa, con l'invio di un professionista per la valutazione e il ripristino del danno. Inclusa nel pacchetto anche una soluzione di assistenza informatica per i device fissi in caso di malfunzionamenti, così come la possibilità di sottoscrivere in alternativa la polizza *Quixa Smart Dog&Cat*, pensata per gli animali domestici e comprensiva di servizi di telemedicina con un veterinario e di consegna dei farmaci a domicilio. Per le partite Iva e per le piccole imprese è prevista invece una soluzione di assistenza dei locali commerciali, con la messa a disposizione di professionisti come artigiani o guardie giurate per tutelare l'attività del cliente. La partnership siglata, afferma Quixa Assicurazioni, conferma e ribadisce l'impegno della compagnia nell'accompagnare i clienti "puntando su soluzioni molto concrete, semplici e innovative per supportarli nella gestione della

vita quotidiana: insieme a partner come Fastweb, che coniuga tecnologie d'eccellenza, innovazione e soluzioni all'insegna della semplicità e immediatezza, continueremo a impegnarci per semplificare la vita quotidiana di famiglie e piccole imprese".

UNA POLIZZA DAL CONCESSIONARIO...

Sono tanti i casi di polizze assicurative distribuite in abbinamento alla vendita di altri prodotti e servizi. Troppi per pensare di poterli citare tutti nelle poche pagine di questo articolo.

Uno dei settori più fecondi per il business dell'embedded insurance è per esempio quello dell'auto: ormai non si contano quasi più le partnership strette fra compagnie assicurative e concessionarie, case automobilistiche e società finanziarie per la distribuzione di polizze a quattro ruote. **Sara Assicurazioni**, tanto per citare un caso, ha recentemente siglato un accordo con **DR Automobiles** che, in un'ottica di *vehicle as a service*, prevede il riconoscimento di un pacchetto di soluzioni su tutti i nuovi veicoli della casa automobilistica venduti attraverso la rete dei concessionari di marca: una copertura Cvt targata Sara Assicurazioni e una tessera **Acì** che dà accesso, com'è noto, a una vasta gamma di servizi al volante. Sempre nell'ambito della mobilità, la compagnia ha poi lanciato insieme a **Telepass** il pacchetto *SaraPass*, che conta una garanzia auto a scelta fra kasko autostradale e infortuni del conducente, i servizi di pedaggio e il canone Telepass offerto gratuitamente dalla compagnia per tutta la durata del pacchetto assicurativo. La strategia di ampliamento del sistema di offerta sviluppata da Sara Assicurazioni, afferma la compagnia stessa, "prevede anche l'integrazione di soluzioni assicurative e servizi a valore aggiunto che possano accompagnare al meglio i clienti nell'evoluzione delle proprie esigenze e abitudini di vita, grazie anche all'azione sinergica con le diverse realtà del mondo Acì, per fornire un ecosistema per la mobilità integrata e flessibile: dall'assicurazione, al telepedaggio, dalla telematica all'assistenza".

... OPPURE DIRETTAMENTE IN ALBERGO

Quello della mobilità non è l'unico ambito di business in cui Sara Assicurazioni è presente con soluzioni di embedded insurance. Lo scorso giugno, per esempio, la compagnia ha annunciato una nuova partnership con **Carpisa**: chi acquisterà una valigia del noto brand di accessori da viaggio, in store o sul sito di e-commerce, avrà la possibilità di attivare una copertura assicurativa di dodici mesi, senza oneri a carico del cliente, in caso di mancata riconsegna della valigia in aeroporto.

Basta questo semplice esempio per comprendere come anche quello del turismo e dei viaggi sia un settore molto gettonato per il fenomeno dell'embedded insurance. Particolarmente attiva in questo ambito è senza dubbio **Revo Insurance**. "L'offerta parametrica di Revo Insurance nasce, per definizione, digitale e si inserisce perfettamente nello scenario attuale: oggi infatti ciascun utente ha la possibilità di personalizzare al massimo la propria esperienza di acquisto sulle numerose piattaforme di vendita di beni o servizi, compresa la possibilità di aggiungere polizze ancillari", osservano dalla compagnia. Proprio la combinazione fra embedded insurance e polizze parametriche costituisce forse il tratto più distintivo dell'offerta di Revo Insurance in questo ambito di business. Un esempio per tutti di questo peculiare posizionamento di mercato è dato dalla copertura *Revo Vacanza Serena*, una polizza pensata per coprire i turisti dal cosiddetto rischio di "vacanza rovinata" a causa del maltempo: la distribuzione della soluzione, configurabile secondo le esigenze dei clienti finali, è affidata direttamente a strutture ricettive e *agenzie di viaggio online*. Stessa logica anche per quanto riguarda la polizza *Garanzia Bel Tempo*, altra polizza parametrica che copre il rischio di maltempo e che è destinata a privati che usufruiscono di stabilimenti balneari: la soluzione può essere sottoscritta sul canale **Spiaffe.it**.

CHE COS'È DAVVERO EMBEDDED?

La combinazione fra embedded insurance e polizze parametriche è forse l'elemento più visibile dell'evoluzione che sta attraversando il business delle soluzioni assicurative distribuite in abbinamento alla vendita di altri beni

o servizi. Già, perché il settore si sta rinnovando velocemente. Al punto tale che spesso diventa difficile stabilire cosa sia davvero *embedded*, ossia integrato e abbinato a un prodotto principale. Il cliente sta sottoscrivendo una polizza insieme a un prodotto o servizio che ha già acquistato? O forse è vero il contrario?

Emblematico, a tal proposito, è il caso degli ecosistemi di offerta lanciati dal gruppo **Unipol**. "Con il piano strategico 2019-21 *Mission Evolve*, il gruppo Unipol ha introdotto il concetto di ecosistemi: oggi è leader in tre grandi ecosistemi, *mobility, welfare e property*, attraverso la realizzazione di società, progetti e soluzioni con la logica di trasformazione di prodotti in ecosistemi di servizi", scrivono dalla società. Basta analizzarne uno per comprendere tutta la peculiarità di questo particolare modello di business. Nell'ambito del welfare, per esempio, la società ha potuto fare affidamento sull'esperienza di **UniSalute** nel settore delle polizze sanitarie per definire un catalogo di offerta in cui, oltre alle classiche coperture assicurative, trovano spazio anche servizi di prevenzione, presa in carico e cura dei clienti. Attraverso **SiSalute**, per esempio, gestisce e distribuisce servizi sanitari non assicurativi per rispondere alle nuove esigenze di welfare aziendale e offrire nuovi strumenti di protezione della salute accessibili ai singoli clienti. A ciò si aggiungono poi l'ampliamento del network delle strutture sanitarie proprietarie di **Santagostino** e **Dyadea**, l'acquisizione nel 2022 della piattaforma di flexible benefits **TantoSvago** e infine l'offerta di servizi di assistenza domiciliare di tipo infermieristico, fisioterapico e socio-assistenziale. Un'offerta dunque ampissima, in un ecosistema di offerta che sembra avere al centro solamente la soddisfazione dei bisogni del cliente, in cui si può anche far fatica a stabilire con precisione a priori cosa sia davvero abbinato a cosa.

UN'OFFERTA, DUE POLIZZE

In un mercato in così rapida evoluzione, può poi spuntare anche il caso decisamente particolare di una polizza distribuita in abbinamento con un'altra polizza. È proprio quello che ha fatto **Helvetia Vita** in partnership con **Europ Assistance Italia** con il lancio della soluzione



Helvetia Double Care: alla copertura di *long term care* è stata infatti abbinata, in via automatica e senza costi aggiuntivi, una polizza di assistenza messa disposizione dalla società del gruppo **Generali** che offre servizi come il consulto medico, la valutazione dei sintomi, l'invio di professionisti a domicilio, la definizione di percorsi di prevenzione personalizzati e la prenotazione di visite ed esami. L'obiettivo è chiaro: definire e sviluppare un ecosistema di servizi che possa accompagnare il cliente nei suoi bisogni quotidiani, anche al di là del momento del sinistro, e trasmettere in questo modo il valore della polizza che si è sottoscritto. Il tutto con un modello di business agile e veloce, che consente di ridurre i costi di distribuzione e di sviluppare strategie mirate di engagement, in cui il prodotto giusto viene offerto al cliente giusto al momento giusto.

“Il nostro gruppo si propone come un alleato del cliente nella vita di ogni giorno: nella strategia della compagnia gioca un ruolo fondamentale la creazione di ecosistemi che, attraverso partnership dedicate, permettono di soddisfare le molteplici esigenze del cliente, integrando la componente di servizio all'interno della polizza, arricchendo l'offerta ed efficientando il modello operativo”, spiegano dal gruppo **Helvetia Italia**. “L'obiettivo – proseguono dalla società – è aumentare il valore dei prodotti assicurativi garantendo completezza, efficacia e velocità”.

L'INGRESSO DI NUOVI OPERATORI

Il mercato continua dunque a esprimere grandi potenzialità. E non stupisce che possa attirare l'attenzione di operatori che magari non hanno la gestione del rischio nel proprio core business originario. Come nel caso di **WindTre**, operatore multiservizi che lo scorso anno ha fatto il proprio ingresso nel mondo della distribuzione assicurativa con il lancio di **WindTre Assicurazioni**. Attiva in diversi ambiti del business assicurativo, la società ha per esempio annunciato una partnership con **wefox** e **Hdi Embedded** (parte di **Hdi International**) per distribuire una copertura assicurativa su elettrodomestici ed elettronica di consumo che estende la garanzia originale del produttore. “L'efficiente processo di implementazione guidato da wefox ha permesso a WindTre di introdurre rapidamente una nuova offerta per supportare meglio i propri clienti con soluzioni assicurative: di conseguenza, i clienti ottengono maggiori opzioni di copertura a prezzi competitivi, oltre alla tranquillità di una protezione più lunga dei loro elettrodomestici e beni elettronici”, spiegava una nota stampa pubblicata all'epoca da Hdi Embedded.

L'evoluzione dell'offerta non si è tuttavia fermata qui. Lo scorso maggio, sempre in partnership con wefox e Hdi Embedded, WindTre Assicurazioni ha lanciato *Micio e Fido*, una nuova polizza assicurativa che copre le spese veterinarie in caso di infortunio o malattia del proprio animale domestico. E più recentemente, questa volta insieme a **Ima Assistance Italia**, ha presentato *Viaggio Mondo*, una soluzione assicurativa che garantisce, fra le altre cose, assistenza medica, rimborso in caso di annullamento e indennizzo per la perdita, il furto o il danneggiamento del bagaglio. “Semplificare la vita quotidiana delle famiglie e diventare l'unico interlocutore a cui potersi affidare per connessioni, energia e assicurazioni: con questo obiettivo WindTre Assicurazioni, il marchio con cui Windtre opera in qualità di agente assicurativo, propone polizze chiare e semplici”, fanno sapere dalla società. “Le polizze annuali prevedono il pagamento mensile senza oneri aggiuntivi, rendendo accessibile la protezione per molti eventi con una spesa contenuta: proteggersi – dicono – è semplice con un processo completamente digitale”.