

PRIMO PIANO

Clima, un mondo non assicurabile

“Un mondo più caldo di quattro gradi non è assicurabile”. Con questa considerazione, a margine del summit sul clima del 12 dicembre voluto dal presidente francese Emmanuel Macron, il group ceo di Axa, Thomas Buberl, rilancia la sfida della compagnia verso un business sostenibile. Nello spirito dell'accordo di Parigi (Cop21 di due anni fa), ha detto Buberl, Axa accelererà l'impegno contro il riscaldamento globale: il nuovo target della compagnia negli investimenti verdi al 2020 passa dai 3 miliardi di euro pianificati nel 2015 ai 12 miliardi, cioè il doppio rispetto alla raccomandazione contenuta nella Cop21. Oltre 3 miliardi (contro i precedenti 500 milioni) saranno disinvestiti dalle aziende che producono combustibili fossili e conseguentemente Axa non assicurerà più eventuali nuovi progetti se non a impatto zero.

“In qualità di assicuratore e investitore globale – ha ribadito Buberl – abbiamo un ruolo chiave. La lotta contro il cambiamento climatico richiede l'impegno in un'azione collettiva. Con tutte le decisioni che abbiamo annunciato, inviamo il forte segnale a tutti che, sebbene questo argomento sia complesso, può comunque essere affrontato. I business non sostenibili diventeranno non investibili e non assicurabili”.

Fabrizio Aurilia

COMPAGNIE

Amca visita UniSalute

La visita dell'associazione presso la compagnia specializzata in ambito salute è stata un'occasione di confronto per i responsabili delle strutture di marketing, che hanno potuto conoscere l'organizzazione di un modello basato anche sulla vendita on line

Amca, l'associazione marketing e cultura assicurativa, proseguendo con i suoi viaggi-studio, ha recentemente visitato UniSalute, società del gruppo Unipol e prima assicurazione sanitaria in Italia per numero di clienti gestiti.

Molto interessante la visita, a cui hanno preso parte tredici associati, provenienti da varie località, guidati dal presidente Marco Brachini e da due consiglieri (Pierpaolo Merkel e chi scrive): il gruppo ha avuto l'opportunità di passare un'intera giornata a Bologna in UniSalute, seguendo una scaletta fitta di argomenti d'interesse per l'associazione.



La delegazione di Amca in visita presso UniSalute

I NUMERI DI UNISALUTE

Dopo le presentazioni di rito dei delegati Amca, il saluto e l'intervento di apertura dell'amministratore delegato di UniSalute, Fiammetta Fabris, che ha illustrato i numeri della sanità in Italia, la spesa degli italiani in questo settore, la sanità integrativa, il secondo pilastro, il ruolo delle compagnie di assicurazione, i numeri dell'azienda, la sua mission e i suoi plus. “UniSalute, che è nata nel 1995, fa delle coperture sanitarie il proprio business. Cresciuta negli anni, la sua raccolta premi è stata nel 2016 di oltre 400 milioni di euro (+ 9,8% rispetto all'anno precedente). Oggi è la prima assicurazione sanitaria in Italia per numero di clienti gestiti, oltre 7 milioni”. UniSalute, certificata Uni En Iso 9001:2015, è tra le prime compagnie nelle coperture sanitarie collettive per fondi sanitari, casse professionali e aziende. “Strategica è la qualità del nostro network di strutture sanitarie convenzionate. Rapidità di accesso alle cure e massima qualità del servizio erogato sono i nostri imperativi categorici”, ha concluso Fabris.

Dopo l'intervento dell'amministratore delegato, gli altri relatori hanno approfondito le aree di propria competenza. Tra questi, Salvatore Cucca, ha parlato dell'area di cui è responsabile, ovvero la Centrale operativa, servizi multicanale e servizi informatici, operations. “La centrale operativa, che è il cuore dell'impresa, l'asset strategico interno, è costituita da circa 380 risorse specializzate, ed è supportata da 50 medici interni per le richieste più complesse. Ogni anno UniSalute gestisce oltre tre milioni di sinistri, con tempi di risposta ridotti, e costantemente monitorati. Possiamo contare su una velocità di liquidazione tra le più elevate del mercato, con un numero di reclami per sinistri trattati pari allo 0,07%, un primato nel nostro comparto”.

(continua a pag. 2)

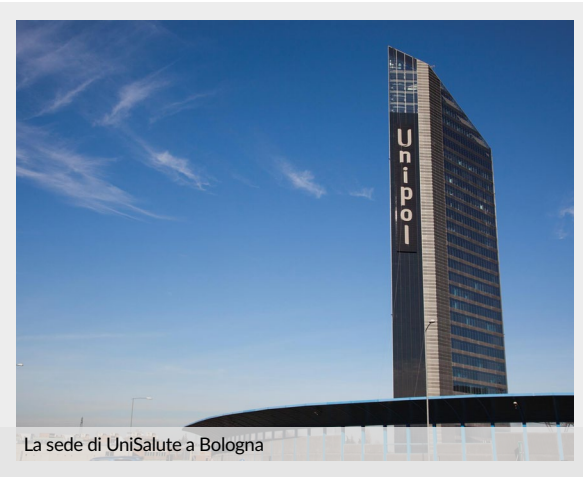
INSURANCE REVIEW su TWITTER
Seguici cliccando qui



(continua da pag. 1)

UN NETWORK CAPILLARE

La visita è stata l'occasione anche per conoscere la neonata società **UniSalute Servizi**, controllata al 100% da UniSalute Spa, che è stata presentata da **Francesco Montebugnoli**, responsabile di *SiSalute*. "In UniSalute Servizi - ha spiegato - operano due divisioni: i *Centri Medici UniSalute*, poliambulatorio con sede a Bologna, e *SiSalute*, che si occupa della gestione di servizi sanitari non assicurativi e offre nuovi strumenti di protezione della salute, quali pacchetti di *flexible benefit* per le aziende, servizi in outsourcing per fondi sanitari, casse o altri enti, e card salute per le singole persone". Uno dei punti di forza di UniSalute è il network di strutture sanitarie convenzionate, descritto da **Maria Carla Morselli**, responsabile dell'*Area convenzionamento reti*. "L'asset strategico esterno è costituito da quasi 50 mila tra ambulatori, centri odontoiatrici, ospedali privati e strutture pubbliche, centri termali, psicologi e contratti con aziende che erogano assistenza domiciliare attraverso badanti, infermieri, fisioterapisti. Tutte strutture selezionate, di cui con regolarità viene monitorata la qualità del servizio erogato. Risultato: il 90% degli assicurati consiglierebbe la struttura dove ha ricevuto le cure".



DAI FONDI ALLA VENDITA ONLINE

È stata poi la volta dell'area commerciale di UniSalute, descritta da **Cristiana Buzzoni**, responsabile del canale intermediato ed enti pubblici: "Per la clientela di aziende, fondi, casse e broker, abbiamo prodotti *tailor made*, costruiti con il cliente e personalizzati sulle sue esigenze. In aggiunta alle funzioni tradizionali, l'area commerciale cura anche la *customer care*, prepara le guide di polizza, la modulistica, le lettere agli assicurati e si occupa anche dei canali alternativi, Gdo, farmacie, banche, ecc.". Oltre all'offerta tradizionale, UniSalute utilizza anche un canale di vendita online. **Licia Bergonzoni**, responsabile marketing e comunicazione, ha illustrato le polizze individuali, acquistabili direttamente dal sito UniSalute: "abbiamo introdotto proposte nate per soddisfare singole esigenze, soluzioni *entry level* per chi ancora non si è mai avvicinato alle coperture sanitarie, ma anche polizze aggiuntive per i familiari di chi è garantito dalla sanità integrativa, casse e fondi soprattutto. Offriamo online, acquistabili con carta di credito, anche prodotti monogaranzia, coperture senza questionario, senza barriere all'ingresso, senza carenze". UniSalute è presente anche su Facebook, ha un blog (*inSalute*) e una newsletter (*inSalute Informa*). UniSalute da anni cura l'*Osservatorio Sanità*, un'indagine per conoscere l'opinione degli italiani sulle tematiche di natura sanitaria.

TELEMEDICINA PER I MALATI CRONICI

Proseguendo nella presentazione, **Vanessa Sabbi**, della struttura *Case Manager Ltc*, ci introduce nel mondo della disabilità cronica. Un ambito mai presidiato dalle compagnie tradizionali, per il quale invece UniSalute ha avviato un progetto oggi operativo: "*Monitor Salute*, è un innovativo servizio di monitoraggio a distanza di determinati parametri legati alle patologie croniche, che opera online da remoto. Appositi *digitale device* trasmettono i valori di parametri vitali in tempo reale e h24 alla centrale operativa di UniSalute. Un software specifico, in presenza di anomalie, attiva un alert indirizzato al paziente-assicurato perché questo contatti gli specialisti in sede". È questa una best practice, testimonianza concreta di telemedicina al servizio di assicurati a rischio.

La giornata in UniSalute si è conclusa con la visita alla centrale telefonica. Ci ha accolto **Emanuela Pompetti**, responsabile call center servizi ricoveri e prodotti individuali. "Il call center opera su due macro aree", ha spiegato, "La prima è dedicata agli *interventi*, la seconda alle *prestazioni ambulatoriali*, visite, accertamenti, ecc.". Complessivamente nella struttura sono occupati circa 380 operatori che coprono un fascia oraria dalle 8,30 alle 18,30 dal lunedì al venerdì: "tutti gli operatori sono interni, non c'è esternalizzazione. A supporto degli operatori ci sono 50 medici. L'operatore del call center che apre la posizione, dispone a video dell'anagrafica del cliente, con le sue coperture, i massimali e i limiti. Nel caso di ricoveri e visite, il sistema verifica anche la disponibilità presso la struttura individuata, fissa l'appuntamento e restituisce l'informazione al paziente". Nessun documento cartaceo: tutto è sul sistema.

Con la visita al call center si è concluso il viaggio-studio di Amca in UniSalute, una visita all'insegna di tanta innovazione tecnologica, grande attenzione verso il cliente e l'*educational* oltre all'*Osservatorio*, il blog, la newsletter, la certificazione di qualità, i progetti in ambito *white economy* e molto altro. Di nuovo Amca ha avuto l'opportunità di toccare con mano ciò che sta dietro a un'impresa di successo. Come in precedenza, verrà data ampia testimonianza di questa nostra nuova esperienza attraverso le pagine di **Insurance Review**, l'appuntamento è per il primo numero del 2018. A presto.



RISK MANAGEMENT

Gdpr, cinque suggerimenti

Mancano solo sei mesi all'entrata in vigore della nuova direttiva: dai Lloyd's una serie di consigli utili per le imprese, che non devono farsi trovare impreparate

La *General data protection regulation* europea entrerà in vigore tra soli sei mesi, ed è difficile stimare quale sarà il reale impatto per le aziende. Quante saranno davvero pronte alle possibili conseguenze? Dai Lloyd's di Londra arrivano cinque suggerimenti che possono facilitare la preparazione.

Investire nella sicurezza informatica

Le aziende che potranno dimostrare di aver intrapreso misure per proteggersi dagli attacchi cyber verranno valutate con maggiore favore dalle autorità di regolamentazione. Una recente indagine dei Lloyd's ha rivelato che il 92% degli intervistati europei ha subito una violazione dei dati negli ultimi cinque anni, confermando che è solo una questione di quando, e non di se, una società sarà vittima di una violazione informatica o di un attacco. Per le aziende avere procedure adeguate e i giusti strumenti a disposizione per ridurre questo rischio diventa un investimento sensato e previdente.

Sottoscrivere un'assicurazione cyber

Le aziende devono assicurarsi di essere preparate al meglio per mitigare i rischi derivanti da un attacco informatico. Tramite l'assicurazione si concretizzano una serie di benefici come la protezione economica, dal momento che prevede contributi finanziari a fronte di eventuali incidenti, e il supporto di un team di consulenti esperti nella valutazione dei rischi informatici.

Notificare le violazioni responsabilmente

In base al nuovo regolamento, le aziende dovranno riferire le violazioni dei dati entro 72 ore sia agli utenti sia alle autorità competenti, pena l'applicazione di una sanzione, in aggiunta alla multa relativa alla violazione stessa. Le imprese colpite potrebbero dover far fronte a multe fino a 20 milioni di sterline (o il 4% del fatturato annuale totale) nei casi più gravi. Implementare le procedure necessarie per individuare in modo efficace le violazioni e comunicarle tempestivamente diventa dunque uno step necessario.

Comprendere il rischio

Le minacce informatiche non riguardano solo il reparto IT, ma l'intera struttura aziendale. Tutti coloro che sono coinvolti nell'attività devono conoscere i cambiamenti di prossima introduzione, ed è compito della direzione provvedere alla formazione e dare l'esempio su come gestire le problematiche. È necessario che a tutti i livelli si comprendano i rischi potenziali, come evitarli e cosa fare se si concretizzano.

Aggiornare le procedure di difesa

La formazione da qui al 25 maggio 2018 sarà indispensabile, ma altrettanto fondamentale sarà non abbassare il livello di attenzione dopo tale data. La tecnologia è parte di ogni processo e si aggiorna costantemente, i rischi sono in continua evoluzione e seguono il ritmo delle soluzioni tecnologiche sulle quali le imprese fanno affidamento per prevenire gli incidenti informatici. Perché la difesa resti efficace, è necessario quindi effettuare verifiche e aggiornamenti regolari delle procedure.

C.Z.

PERITI

Aipai, il nuovo presidente è Aurelio Vaiano

Subentra a Francesco Cincotti



Cambio al vertice di **Aipai**, l'associazione italiana periti assicurativi incendio e rischi diversi. L'assemblea straordinaria, che si è tenuta lo scorso 4 dicembre, ha infatti eletto un nuovo presidente, **Aurelio Vaiano**, che subentra nel ruolo in precedenza ricoperto da **Francesco Cincotti**. Oltre che dal neo presidente, il nuovo consiglio direttivo, che resterà in carica per il triennio 2017-2020, è composto dal vice presidente **Marco Valle** (a cui va la delega alla comunicazione e al comitato di redazione), dal tesoriere **Pietro Adorni** e dal segretario **Alfonso Del Sorbo** (con delega ai rapporti con **Fuedi**). Completano il consiglio direttivo sono il presidente uscente Francesco Cincotti, a cui resta la delega ai rapporti con **Fuedi** (federazione europea delle associazioni peritali non-motor); **Giuseppe Degradi**, che ha la delega ai rapporti con **Cineas**; **Maurizio Travaglini** (a lui la delega ai corsi di formazione sul territorio); **Paolo Andreoli** (coordinatore dei delegati regionali); e **Vittorio Peri** (coordinatore degli aderenti). Il collegio dei provviri è composto da **Alessandro Chiari**, **Alberto D'Eugenio** e **Roberto Cincotti**.

L'associazione ha programmato per il prossimo 15 gennaio un nuovo incontro del consiglio direttivo: in quell'occasione saranno definiti nel dettaglio il programma e le linee operative di Aipai, e saranno deliberati gli ulteriori incarichi e deleghe.

Beniamino Musto

MARKETING

Assicurazioni e fedeltà, la sfida della digitalizzazione

I siti web di comparazione dei prezzi stanno aumentando il divario relazionale tra compagnie e clienti. Per questo è necessario differenziare e personalizzare l'offerta

Una guerra digitale per fidelizzare i clienti. In un mercato in profondo cambiamento, l'arma invincibile per sostenere e incrementare il business delle compagnie sembra essere una: un sistema integrato di servizi personalizzati al consumatore. È l'analisi di **Affinion**, fondata su tre ricerche distinte elaborate da **Deloitte**, **Bain&Company** e **Norton**. Lo scenario vede il 51% dei consumatori disposto a cambiare assicuratore se non è soddisfatto dal servizio o dalla gestione di un reclamo. Le polizze assicurative, inoltre, spesso non entusiasmano il consumatore e vengono percepite come noiose anche se necessarie. Occorre quindi superare la competizione sul prezzo, per offrire sempre di più servizi a valore aggiunto. Tuttavia, sottolinea Affinion, gli assicuratori operano in un mercato che rende difficile la differenziazione, soprattutto a causa della dirompente ascesa dei siti web di comparazione dei prezzi, che accresce la distanza tra assicuratori e clienti, e riducono la scelta dei consumatori al fattore del prezzo.

Le compagnie hanno capito il pericolo e stanno già provando a espandere le proprie offerte con una rete di servizi interconnessi non assicurativi come rilevatori di fumo, intrusioni e perdite di gas, diagnostica e consulenza sanitaria e sensori telematici per veicoli che possono essere utilizzati per attivare avvisi di manutenzione. Detto altrimenti, per aumentare la fedeltà dei clienti le compagnie devono moltiplicare i canali di comunicazione, raccogliendo la sfida dei canali digitali, con l'obiettivo di raccogliere un maggior numero di dati, per poi offrire un'offerta più personalizzata. Per gli assicuratori si tratta di una estensione delle competenze principali, passando dalla fornitura di un servizio specifico all'aggiunta e valore in più aree della vita dei clienti. Fondamentale da questo punto di vista è il rischio cyber. Cresce tra i consumatori la paura di essere oggetto di truffe e di vedere violata la propria vita privata. Per questo gli assicuratori dovrebbero abbracciare il loro ruolo di "difensori" attraverso servizi informatici che aiutino i clienti a proteggere le loro identità online e la loro privacy.

Alessandro Giuseppe Porcari

WELFARE

Fondi pensione, iscritti in aumento

Adesioni a quota 2,67 milioni, in rialzo del 12,7% negli ultimi tre anni. E partono pure i primi investimenti nell'economia reale

Ben 2,67 milioni di aderenti, distribuiti fra 32 istituti che gestiscono complessivamente 47 miliardi di euro. È l'universo dei fondi pensione negoziali, segmento della previdenza complementare che sta vivendo un momento di profonda espansione. E che presenta ulteriori margini di sviluppo.

La fotografia arriva dal **Rapporto sui fondi pensione negoziali 2017**, pubblicazione curata da **Assofondipensione** e presentata ieri, a Roma, nel corso dell'assemblea annuale dell'associazione. I numeri del rapporto vanno in un'unica direzione: il segmento è in pieno sviluppo. Lo si capisce già dal numero di aderenti, cresciuti del 12,7% negli ultimi tre anni anche grazie all'adesione contrattuale generalizzata introdotta in alcuni settori produttivi. Numeri senza dubbio confortanti, ma che non possono far dimenticare quanta strada resti ancora da fare. "Non possiamo trascurare – ha ammonito **Giovanni Maggi**, presidente di Assofondipensione – che oggi sono iscritti meno di un terzo dei lavoratori potenzialmente aderenti, nonostante una previdenza pubblica non più in grado di garantire trattamenti pensionistici adeguati".

I margini di espansione ci sono. E l'associazione ha deciso di esplorarli attraverso una serie di iniziative promozionali che possano contribuire a diffondere la cultura previdenziale e, di conseguenza, a rilanciare le adesioni dei lavoratori. Anche perché i vantaggi, come sottolinea il rapporto, sono evidenti. A cominciare da un livello di rendimento che è riuscito a mantenersi stabilmente al di sopra del tasso di rivalutazione del Tfr. Dal 2008 al giugno 2017, a fronte di un obiettivo fermo a +22,5%, il rendimento medio dei fondi pensione negoziali si è attestato a +36,5%. Forbice ancor più larga se si restringe l'arco temporale agli ultimi cinque anni: in questo caso, il divario si amplia dal +8,9% del Tfr al +29,1% dei fondi pensione negoziali.

Pensioni più alte, ma anche benefici generalizzati all'intero tessuto produttivo attraverso investimenti nell'economia reale. Un circolo virtuoso già ben avviato, con sette istituti che hanno mosso i primi passi nel settore attraverso fondi di investimento o mandati specializzati: a giugno, si legge nella ricerca, gli investimenti effettuati attraverso strumenti specializzati ammontavano a 122,5 milioni di euro, pari allo 0,3% dei collocamenti diretti e in gestioni. Un inizio che fa ben sperare il segmento. A patto, ha concluso Maggi, che si creino "le condizioni per consentire ai fondi pensione di destinare, liberamente e volontariamente, almeno una parte del risparmio previdenziale al finanziamento dell'economia reale e allo sviluppo infrastrutturale".

Giacomo Corvi

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it