

PRIMO PIANO

Axa rileva il gruppo XL

Axa si prende XL. Il gruppo francese ha annunciato che rileverà per 12,4 miliardi di euro (15,3 miliardi di dollari) il gruppo statunitense specializzato nell'assicurazione danni per le imprese e nella riassicurazione, presente in America, in Europa, sul mercato dei Lloyds e nell'area Asia Pacifico. Grazie all'operazione, che dovrebbe essere finalizzata nel secondo semestre 2018, Axa diventerà il leader mondiale del comparto danni imprese.

L'accordo di fusione è stato approvato all'unanimità dal consiglio di amministrazione di Axa e da quello del gruppo XL e sarà realizzato in contanti. Come precisa una nota, gli azionisti di XL riceveranno 57,60 dollari per azione, con un premio del 33% rispetto alla chiusura dell'azione XL il 2 marzo.

Fondato nel 1986, il gruppo XL nel 2017 ha realizzato una raccolta premi di 15 miliardi di dollari e ha 7.400 dipendenti nel mondo.

L'integrazione delle attività del gruppo americano con quelle del gruppo transalpino, spiega una nota, "farà balzare Axa al primo posto mondiale dell'assicurazione danni per le imprese, con un giro d'affari di 30 miliardi di euro, sulla base dei dati 2016, e di quasi 48 miliardi per tutte le attività danni del gruppo". Per un approfondimento, [clicca qui](#).

Beniamino Musto

COMPAGNIE

Il welfare aziendale di SiSalute

In occasione della visita di Amca nella sede bolognese, la nuova start up di UniSalute ha presentato ai partecipanti il proprio modello di business, pensato per essere adottato anche da imprese di dimensioni medio-piccole

Nell'ambito dell'iniziativa di Amca, Associazione marketing e cultura assicurativa, di approfondire attraverso viaggi-studio le realtà innovative a livello europeo, l'attenzione si è focalizzata sull'italiana UniSalute, società del gruppo Unipol, che tra le caratteristiche peculiari del proprio business ha previsto la costituzione di una società di servizi controllata al 100% con l'obiettivo di ampliare il sistema di offerta su tre nuovi asset.

Ce ne ha parlato Francesco Montebugnoli, responsabile di SiSalute, divisione di UniSalute Servizi: "la società è di fatto una start up che ha iniziato a operare sul

mercato nel 2017 in un contesto di crescente interesse a livello nazionale per lo sviluppo dei sistemi di welfare". Con le recenti leggi di stabilità, il legislatore ha favorito, attraverso la leva fiscale, lo sviluppo del welfare aziendale e ha inoltre allargato la platea delle imprese che possono avvicinarsi a questo mondo, consentendo l'accesso al welfare anche al tessuto delle piccole-medie imprese nazionali, finora penalizzate nelle loro dimensioni e dalla mancanza di supporti e servizi adeguati ad accedere a iniziative per i propri dipendenti. Il comparto della salute beneficerà certamente del nuovo quadro normativo: se i buoni pasto la fanno ancora da padrone, in quanto rappresentano lo strumento più semplice da gestire, la salute è al secondo posto con il 41% degli investimenti e certamente sarà oggetto di ulteriori attenzioni del mercato.

DIVERSE FORME DI BENEFIT

Il primo asset del modello di business di SiSalute è la costruzione di *flexible benefit* per le aziende, anche di piccole dimensioni. In funzione delle necessità e delle peculiarità dell'impresa viene costruito un pacchetto di prestazioni modulari a favore dei dipendenti, sotto forma di rimborso del costo sostenuto o di vera e propria erogazione delle prestazioni sanitarie. (Continua a pag.2)



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui



(Continua da pag.1)

In questo modo l'impresa può contare su una gestione snella, sollevata da tutti gli oneri operativi e amministrativi.

Il knowhow e le sinergie con la capogruppo assicurativa hanno fatto da primo trampolino di lancio, già nei primi mesi di attività sono stati oltre 1,6 milioni i clienti complessivamente gestiti. Di particolare interesse la partnership con **Bper Banca**, volta alla diffusione dei flexible benefit nelle Pmi attraverso il portale Welfare per me.

Il secondo asset riguarda la prestazione di servizi a favore di fondi e casse privati. SiSalute si pone in questo caso come outsourcer di una serie di attività per altri soggetti istituzionali, con il vantaggio di poter contare su un supporto tecnologico e operativo all'avanguardia.

Il terzo filone di attività è costituito dalla vendita dei servizi sanitari sotto forma di card attraverso la quale il cliente può usufruire di diverse tipologie di prestazioni a condizioni favorevoli presso la rete di centri convenzionati in tutta Italia.



I CARDINI DEL PROGETTO

Sono quattro le leve fondamentali di questo modello di business:

- 1) riduzione dei costi della sanità per il cliente, il quale può accedere a tariffe più basse rispetto ai prezzi praticati dalle singole strutture di cura. A livello complessivo ciò contribuirà alla riduzione della spesa out of pocket;
- 2) accesso alla sanità diretto e semplice, con un forte impiego della tecnologia e della fruizione di servizi automatizzati e self-service;

(Continua a pag.3)



ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

**INSIEME POSSIAMO
 ANDARE LONTANO!**

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI

CLICCA QUI RINNOVARE



(Continua da pag.2)

3) rete di strutture sanitarie convenzionate frutto dei vent'anni di esperienza di UniSalute: una peculiarità unica nel panorama nazionale, con migliaia di enti convenzionati, tra ambulatori, centri odontoiatrici, ospedali privati e strutture pubbliche, centri termali, psicologi, veterinari e aziende che erogano assistenza domiciliare attraverso badanti, infermieri e fisioterapisti;

4) qualità sempre monitorata: al termine di ogni prestazione erogata viene inviata al cliente una indagine di customer satisfaction per la rilevazione dei livelli di soddisfazione e raccomandazione.

Fa capo a UniSalute Servizi anche la divisione Centri Medici UniSalute, un ambulatorio polispecialistico con sede a Bologna che eroga direttamente visite specialistiche, prestazioni diagnostiche e cure mediche di qualità a costi convenienti.

Questo è l'ultimo di tre articoli* con cui l'associazione ha voluto dare testimonianza dell'interessante viaggio-studio in UniSalute. Ci auguriamo di aver dato modo ai lettori di condividere con noi questa nostra ultima esperienza. Arrivederci al prossimo evento Amca.

Mattia Fasoli

* I precedenti contributi sono apparsi su *Insurance Review* n.51 di gennaio-febbraio 2018, pag. 58, e *Insurance Daily* n.1276 di venerdì 9 febbraio 2018.

RICERCHE

Previdenza, questa sconosciuta

Secondo un'indagine di State Street Global Advisors, in Italia il 75% degli under 35 ritiene di avere conoscenze scarse o inesistenti in materia di pensioni

Tante parole ma, alla fine, nulla di fatto. Soltanto una diffusa ignoranza di cui sembrano consapevoli anche i diretti interessati: gli italiani sanno poco e nulla di pensioni. E prendono le proprie decisioni in materia previdenziale con informazioni che, quando presenti, risultano quantomeno imprecise.

L'ennesima conferma arriva dall'indagine *La ri-evoluzione delle pensioni. Rapporto sullo stato dell'arte delle pensioni italiane*, survey condotta da **State Street Global Advisors** in collaborazione con **Prometeia**. Stando ai numeri della pubblicazione, il 68,4% degli italiani si ritiene poco o per nulla informato in materia previdenziale. Ancora peggio fanno gli under 35, ossia quelli che maggiormente sentiranno sul proprio reddito gli effetti delle recenti riforme pensionistiche: in questo caso, il tasso di ignoranza sale al 75%.

Eppure la necessità di una maggior conoscenza della materia ci sarebbe: l'81% del campione ritiene che la sua pensione futura non sarà soddisfacente. Poco, tuttavia, viene fatto per correre ai ripari e cercare di garantirsi una rendita adeguata al proprio stile di vita. Ancora scarso è, per esempio, il ricorso a strumenti di previdenza complementare: le somme investite in fondi pensioni e pensioni integrative si fermano al 9,6% del Pil, molto al di sotto della media Ocse. Alla base della scelta c'è soprattutto il timore di dover sostenere costi eccessivamente elevati, come testimoniato dal 36% del campione. Una ragione tuttavia infondata, visto che i costi connessi ai fondi pensione complementari ammontano a circa un quarto di quelli previsti per fondi comuni e altri prodotti previdenziale: 35 punti base contro rispettivamente 132 e 142.

Secondo **Antonio Iaquina**, head of institutional business in Italia di State Street Global Advisors, è necessario "un maggiore impegno, promosso dal Governo, per informare ed educare la popolazione in merito ai vantaggi dell'investimento nei fondi pensione integrativi". Vantaggi cui si affiancano inevitabilmente anche certe controindicazioni, come la variabilità dei rendimenti o la possibilità di accedere ai propri risparmi prima della pensione solo in limitati casi previsti dalla legge. Ma che, comunque, devono essere conosciuti e diffusi nel tessuto della popolazione per consentire ai cittadini di fare scelte oculate e consapevoli.

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

Supplemento al 5 Marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577



INSURANCE Daily

● LUNEDÌ 5 MARZO 2018 N. 1292



Convegno

7 MARZO 2018

MILANO | 9.00 - 17.00 | Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

L'INNOVAZIONE PER L'ASSICURAZIONE AGILE

Chairman **Maria Rosa Alaggio** *Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 09.50 – **Tecnologia e assicurazione: come cambia il “momento della verità” nel rapporto con il cliente**
Raffaele Guerra, executive vice president, insurance sector leader di Capgemini Italia

09.50 - 10.10 – **Sfide, opportunità e problematiche per l'innovazione nel settore assicurativo**
Francesco Minelli, direttore servizi di Ania

10.10 - 10.30 – **Customer experience, un obiettivo a vantaggio di clienti e compagnie**
Roberta Lucchetti, senior account executive di Genesys

10.30 - 10.50 – **Le novità di Bene Assicurazioni**
Andrea Sabia, amministratore delegato di Bene Assicurazioni

10.50 - 11.10 – **Azioni per competere e diventare una compagnia agile e affidabile**
Marco Burattino, italian sales director di Guidewire

11.10 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.45 – TAVOLA ROTONDA: **Open innovation: le compagnie tra obiettivi e benefici**
Marco Brachini, direttore marketing di Sara Assicurazioni
Letizia D'Abbondanza, chief customer officer di Axa Italia
Giorgia Freddi, direttore marketing e comunicazione di Groupama Assicurazioni
Francesco Piobbici, research analyst di Cetif
Alberto Rossi, direttore commerciale di Itas Assicurazioni

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **Il cambiamento nei modelli di consumo**
Sara Galli, account manager financial services di Gfk Eurisko

14.20 - 14.40 – **Identità digitale – Modelli innovativi in ambito assicurativo e finanziario**
Cinzia Carbone, business development, sales & marketing manager di Solera Group Italia

14.40 - 15.00 – **Potenzialità di sviluppo delle micropolizze e degli intermediari assicurativi digitali**
Pietro Menghi, ceo di Neosurance
Simone Ranucci Brandimarte, co-fondatore e presidente di Yolo

15.00 - 15.20 – **Le sfide della digital transformation assicurativa**
Emanuel Sitzia, head of insurance di Comarch Italia

15.20 - 15.40 – **L'importanza delle informazioni per gestire rischi e opportunità**
Massimiliano Bracci, channel manager di Cribis
Mauro Piatasi, channel director di Crif

15.40 - 17.00 – TAVOLA ROTONDA: **Professione assicuratore: l'impatto dell'innovazione per le imprese e per gli agenti**
Andrea Bertalot, vice direttore generale di Reale Mutua
Paolo Ceresi, partner di Mbs Consulting
Vincenzo Cervino, responsabile digital transformation di Groupama Assicurazioni
Davide Consiglio, responsabile advanced analytics di Generali Italia
Michele Cristiano, amministratore delegato di Cf Assicurazioni
Andrea Pezzi, direttore innovation & new business solutions di UnipolSai
Marco Rossi, head of sales and marketing di Das
Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima

Main sponsor:

COMARCH



GENESYS

GUIDEWIRE
Adapt and succeed™

Solera

Official sponsor:

Call2Net
EXTEND YOUR SKILLS

FIRST POINT
COLLECTION INFORMATION

NAMU
DIGITAL TRANSFORMATION

RGI

SA

SIMULWARE

Iscriviti su www.insurancetrade.it
Scarica il programma completo