

PRIMO PIANO

Groupama, bene il 2018

Groupama chiude il 2018 con risultati positivi in termini di utili e di ricavi, anche grazie a voci straordinarie e nonostante sinistri pesanti che hanno colpito le attività del gruppo. L'utile netto del gruppo francese è balzato del 54% a 450 milioni di euro, contro i 292 milioni realizzati nel 2017. Il risultato compensa in parte la decrescita dell'utile operativo, che ha registrato un calo del 15% proprio a causa dei sinistri gravi. Il fatturato è salito del 3,2% (+4% a perimetro costante) a 14,2 miliardi, sostenuto dal buon andamento delle attività in Francia ma anche della raccolta del perimetro internazionale, cresciuta dell'1,6% a 2,5 miliardi di euro.

Bene la crescita dei ricavi nel ramo auto e abitazione, che hanno contribuito all'incremento del 2% del fatturato della divisione assicurativa danni ed Rc, pari a 5,6 miliardi. I ricavi legati alle assicurazioni protection sono saliti del 6,8% nel 2018 a sei miliardi, trainati dal ramo vita, risparmio previdenziale e salute.

Nel 2018, Groupama ha potuto contare anche su un plusvalore di 351 milioni di euro legato alla vendita dell'immobile Window nel quartiere parigino della Defense.

Infine, il coefficiente di solvibilità di Groupama è risultato pari a 297% a fine dicembre 2018, al di sopra di quanto richiesto dal quadro normativo e anche rispetto alla media di settore pari al 241%.

Fabrizio Aurilia

WELFARE

Welfare aziendale, la cultura dopo gli sconti

Gli incentivi fiscali ai benefit hanno dato la spinta propulsiva a un nuovo modello di produttività. Secondo Giorgia Garola, presidente dei giovani imprenditori di Confindustria Piemonte, è arrivato tuttavia il momento di andare oltre: serve più informazione e più consapevolezza sui vantaggi che il benessere dei dipendenti può portare all'azienda

La legge di Stabilità 2017 ha fornito lo slancio necessario al welfare aziendale. La partita, com'è noto, si è giocata soprattutto sul campo delle agevolazioni fiscali: imposta sostitutiva del 10% sui premi di risultato, detassazione dei premi in denaro convertiti in contributi previdenziali o sanitari, innalzamento della soglia di reddito per godere del regime agevolato a 80mila euro lordi all'anno. La mossa, almeno guardando ai numeri, sembra aver dato i suoi effetti: a un anno dall'introduzione delle misure, secondo una ricerca di **A.T. Kearney**, il 71% delle imprese offriva un pino di welfare aziendale ai propri dipendenti. Eppure non si vive di soli sconti. E la crescita del fenomeno, secondo **Giorgia Garola**, presidente dei giovani imprenditori di **Confindustria Piemonte**, potrà essere meglio stimolata facendo comprendere alle imprese tutti i vantaggi che il welfare aziendale, oltre ai già citati benefici fiscali, può portare alla produttività.

Sul tema l'associazione degli industriali ha recentemente promosso un incontro a Torino, che è stato ospitato da **Reale Mutua** negli spazi dell'auditorium del **New Building Bertola**. "È stato un evento molto ben riuscito", esordisce Garola in questa intervista a **Insurance Daily**. "Abbiamo voluto far passare il messaggio – spiega – che il welfare aziendale non offre vantaggi solo in termini di sconti, ma anche con strumenti che possono consentire di incrementare la redditività e la produttività delle imprese".

LA CRESCITA NON BASTA

L'esigenza di una simile attività di sensibilizzazione nasce dal fatto che, nonostante la crescita registrata, il fenomeno non appare ancora ben radicato sul territorio. "In Piemonte – rivela Garola – le imprese che hanno adottato piani di welfare aziendale sono per lo più realtà ampie e strutturate". Le Pmi restano invece alla finestra, magari pure incuriosite da un tema che, tuttavia, non riescono ancora ad approcciare in pieno. (continua a pag. 2)



Giorgia Garola, presidente dei giovani imprenditori di Confindustria Piemonte

INSURANCE CONNECT
È SU LINKEDIN

Iscriviti al gruppo

Segui la pagina

Insurance
Connect

in

(continua da pag. 1)

E ciò soprattutto in ragione di consuetudini e modelli che faticano ad adattarsi al cambiamento in corso.

Per Garola il tema è prettamente culturale. Lo si capisce da elementi concreti, come nel caso degli incentivi in denaro. “Secondo alcuni partecipanti alla tavola rotonda che ha animato l’evento – afferma – il passaggio da premi economici al welfare aziendale può risultare complesso”. I premi in denaro, insomma, ricoprono ancora un posto rilevante nella visione dei lavoratori.

SENSIBILIZZARE GLI IMPRENDITORI

Quello che manca, a detta di Garola, è la consapevolezza che il welfare aziendale possa imporsi come una leva strategica per l’impresa. Il tema è noto: collaboratori più felici lavorano meglio e, di conseguenza, offrono un maggior contributo alla produttività dell’azienda. Un assunto semplice, quasi scontato, che tuttavia fa ancora fatica a trovare spazio nella mente degli imprenditori. “Gli sgravi fiscali – dice Garola – sono stati sicuramente un incentivo, però non bisogna focalizzarsi solo su questo: il welfare aziendale è un tema forte perché impatta sul capitale umano dell’impresa, ossia sulla sua prima fonte di redditività”.

Ecco allora emergere la necessità di uno scatto culturale che possa portare dal semplice risparmio fiscale al riconoscere il welfare aziendale come una leva strategica per l’impresa. Servono attività di sensibilizzazione, nonché esempi concreti che possano far comprendere le dinamiche di un percorso, quello del welfare aziendale, che presenta vantaggi elevatissimi. “L’evento che abbiamo promosso – spiega Garola – era rivolto principalmente a quelle aziende che magari ne hanno pure sentito parlare, ma non l’hanno preso in considerazione per motivi semplicemente culturali”.

UN WELFARE TAYLOR MADE

L’immagine del welfare aziendale come percorso non è casuale. Secondo Garola, “ogni realtà ha le sue prerogative”: non esistono soluzioni *one fits all*. Ed è bene allora partire dall’ascolto dei collaboratori per disegnare una soluzione tagliata sulle loro esigenze. Fra le buone pratiche del settore, tanto per citare un caso, è emersa durante l’evento l’abitudine di sottoporre ai lavoratori un questionario per comprendere le loro necessità. “La condivisione e l’informazione – afferma Garola – sono fondamentali, perché solo così si possono far comprendere al dipendente tutti i vantaggi della soluzione”.

Se l’ascolto si impone come la prima tappa, il traguardo è dato da un welfare *taylor made*. “È questo che paga”, dice Garola. Ed è bene, aggiunge, che i provider siano “attrezzati per offrire un ampio ventaglio di soluzioni”. In altre parole, “più le piattaforme di welfare riescono a soddisfare tutte le esigenze del lavoratore e più potrà essere vincente la collaborazione”.

UN APPELLO AL GOVERNO

Altro ancora, a detta di Garola, potrebbe essere fatto. A cominciare da una semplificazione delle regole che diventa sempre più necessaria per avvicinare le imprese al welfare aziendale. O, ancora, da interventi sul cuneo fiscale che potrebbero risultare utili per la redditività delle imprese. Temi che, almeno per il momento, sono rimasti tuttavia lontani dal dibattito pubblico. E, non secondariamente, dalle priorità dell’attuale governo.

“Credo – afferma – che questo governo non stia dialogando a sufficienza con le imprese e con il mondo dei professionisti”. A livello istituzionale, anche il tema del welfare aziendale, un anno fa tanto di moda, sembra passato un po’ in sordina: le misure in materia sono state confermate, ma senza quello slancio che aveva caratterizzato i precedenti interventi normativi. “Gli sgravi fiscali – dice Garola – per quanto non siano tutto, restano comunque un incentivo per le aziende: pensare di abolirli sarebbe completamente sbagliato”. L’incertezza pare dominare lo scenario attuale, con ripercussioni negative sugli assetti produttivi e sulle pratiche di welfare aziendale. “Fra 2018 e 2019 – chiosa Garola – ho notato un certo stazionamento nelle adesioni a soluzioni di welfare aziendale, forse proprio perché si stavano attendendo le decisioni del governo in materia”.



Un momento dell’evento

COMPAGNIE

Un'app per la sanità privata

Una pluralità di fattori spinge gli italiani a farsi curare in strutture private.

Intesa Sanpaolo ha presentato una soluzione digitale per agevolare la gestione delle prenotazioni

In parte per la maggiore diffusione di fondi sanitari integrativi, un po' per i lunghi tempi d'attesa delle prestazioni nel settore pubblico, aumenta il ricorso degli italiani alle spese mediche private. È nata da questa esigenza l'iniziativa di **Intesa Sanpaolo** che ha messo a disposizione dei propri clienti Xme Salute, un servizio digitale di gestione delle prenotazioni, accessibile via app o web.

Secondo una stima, tra il 2013 e il 2017 le spese d'accesso al settore privato sono cresciute del 9,6%, conseguenza anche di tempi medi d'attesa per una prestazione di 5,7 giorni, contro i 54,5 del settore sanitario pubblico (Crea Sanità 2017). Lo scorso anno sono state 150 milioni le prestazioni sanitarie erogate dal sistema privato, con una media di 3,4 a persona e un costo out of pocket medio di 655 euro pro capite, per un totale di 40 miliardi di euro. Ad aumentare il ricorso alle prestazioni sanitarie private incidono anche la crescita dell'aspettativa di vita e la diffusione delle patologie croniche, che riguardano il 39% degli italiani.

La spesa sanitaria privata non è comunque facilmente ac-

cessibile da tutti gli italiani: solo il 30% circa riesce a far fronte alle spese mediche con il proprio reddito, il 18,2% dispone di una polizza o di un fondo sanitario, in caso di necessità quasi il 12,5% ricorre ai propri risparmi e poco meno del 14% deve richiedere un prestito, mentre secondo i dati Rbm - Censis, nel 2017 l'11,8% dei cittadini ha rinunciato a curarsi per ragioni economiche.

Con Xme Salute, Intesa Sanpaolo intende dare un supporto ai propri clienti per effettuare prenotazioni e gestirle fino al pagamento (con addebito su conto corrente o carta di credito) attraverso una piattaforma fruibile via app e web o tramite una centrale telefonica. L'iniziativa è stata realizzata da **Intesa Sanpaolo Smart Care**, società del gruppo che sviluppa servizi digitali per la mobilità, la salute e la casa, e si avvale dei servizi del network di strutture sanitarie e medici convenzionati di **Previmedical**.

Maria Moro

INIZIATIVE

Previdenza, un seminario sulle novità 2019

Progetica propone un workshop con analisi e spunti pratici per fare chiarezza su concetti come Quota 100, Opzione donna e Riscatto di laurea leggero. Appuntamento il 4 aprile a Milano: per i lettori di Insurance Daily uno sconto sull'iscrizione

Per chi ha 45 anni è meglio investire per riscattare la laurea o per avere una pensione integrativa? E chi di anni ne ha 60, può anticipare la pensione con Quota 100? E in caso affermativo, è meglio aumentare, mantenere o dismettere il mio patrimonio investito? Le novità arrivate quest'anno hanno rivoluzionato alcuni capisaldi del sistema previdenziale. L'entrata in vigore della nuova riforma pensionistica, con il decreto legge n.4 del 29 gennaio 2019 (che deve essere convertita in legge dal Parlamento, ma che di fatto è già operativo) ha aperto uno scenario complesso, nel quale è quanto mai urgente mettere ordine tra le ultime novità in materia di previdenza. Un'opportunità è offerta dal seminario formativo specialistico organizzato da **Progetica**, dal titolo *Dieci modi (più uno) per andare prima in pensione*.

Per i nostri lettori è previsto uno sconto (con sigla "INSURANCE10"), che dà diritto alla quota agevolata di 350 euro + Iva invece di quella standard di 390 euro + Iva. Basta indicare il codice nel campo delle quote convenzionate del modulo di iscrizione. È possibile iscriversi cliccando qui.

L'appuntamento formativo offrirà analisi, risposte ragionate, esercitazioni e spunti pratici utili per orientarsi tra Quota 100, Opzione donna, Riscatto di laurea leggero e tutte le altre novità arrivate quest'anno. Il seminario è valido come 6 ore di formazione ai fini **Ivass** 2019 (opzionale), e si terrà dopo i 60 giorni previsti per la conversione in legge del decreto, in modo tale che in occasione dell'incontro il testo della riforma sia definitivo.

L'appuntamento è per giovedì 4 aprile a Milano, presso il Doria Grand Hotel, via A. Doria 22, dalle ore 10 alle 17.

blue
is underwriting

“

SU MISURA,
PER DAVVERO.

”

INSURANCE
 Daily

● VENERDÌ 15 MARZO 2019

N. 1509

blue
is underwriting

AGENZIA
DI SOTTOSCRIZIONE
RC PROFESSIONALE,
D&O E CYBER

#62
marzo 2019

INSURANCE
REVIEW

Strategie e innovazione per
il settore assicurativo

Insurance Review

Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

INTERVISTA

22 ATTUALITÀ

sono i clienti
ere
dier, ad e dg di
Assicurazioni

Salute e bene
nell'era dei r

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 15 marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577