

PRIMO PIANO

2018, premi oltre i 135 mld

Nel 2018, la raccolta premi delle imprese assicurative italiane ha superato i 135 miliardi di euro, segnando un incremento del 3,2% rispetto al 2017.

Lo ha comunicato l'Ania nell'analisi dei suoi dati preliminari. La crescita si deve sia al comparto vita (+3,5%) sia a quello danni, che finalmente procede a un buon ritmo (+2,3%).

L'incidenza dei premi totali sul prodotto interno lordo cresce lievemente rispetto al 2017 attestandosi al 7,7%. Il settore risparmio si conferma centrale nelle polizze vita, pari a circa il 16% dello stock di attività finanziarie delle famiglie italiane, in crescita dal 15,4% del 2017.

La raccolta premi nei rami vita è stata di poco superiore a 102 miliardi, in ripresa del 3,5% dopo le contrazioni registrate nel 2017 (-3,6%) e nel 2016 (-11%). Il volume torna al di sopra dei 100 miliardi, soglia superata già nel 2014, 2015 e 2016.

Per quanto riguarda il comparto danni, nel 2018 la raccolta premi è stata pari a 33,1 miliardi, in aumento del 2,3% rispetto al 2017. Il settore conferma la crescita già avviata lo scorso anno, quando i premi erano aumentati dell'1,2%, dopo cinque anni consecutivi di calo.

Per un approfondimento della notizia, clicca qui.

Fabrizio Aurilia

WELFARE

Il welfare aziendale vincente parte dall'ascolto

L'impresa si scopre sociale e attenta alle esigenze del lavoratore, rafforzando i propri obiettivi di business. Questa la principale evidenza del Welfare Index Pmi 2019, presentato ieri da Generali Italia, da cui emerge una crescita sia dimensionale sia qualitativa del fenomeno. Ora è necessario diffondere conoscenza, incentivare il networking e ridurre il divario Nord-Sud

L'ascolto dei dipendenti è la parola chiave dell'edizione 2019 del Welfare Index Pmi. L'iniziativa promossa da **Generali Italia**, con la partecipazione delle maggiori confederazioni italiane, ha analizzato, per il quarto anno, il livello di welfare in 4.561 Pmi (attraverso oltre 15 mila interviste), i cui risultati sono stati presentati ieri a Roma di fronte a una platea d'imprenditori e istituzioni.

Ad aprire i lavori, **Lucia Sciacca**, direttore commerciale e social responsibility di Generali Country Italia, nonché membro del comitato guida di Welfare Index Pmi, che ha raccontato come il welfare stia conquistando le Pmi. Uno strumento che ha trovato il suo iniziale volano negli incentivi fiscali, ma che oggi si dimostra vincente quando diventa un progetto di impresa che parte dall'ascolto dei bisogni dei lavoratori e da un'attività sistematica che ne amplifica i vantaggi.

UN VERO SALTO DI QUALITÀ

Il primo dato che emerge, ha sottolineato **Enea Dallaglio**, amministratore delegato di **Innovation Team**, è che il welfare aziendale non è più solo appannaggio delle grandi imprese, le quali restano comunque molto attive (71%); in questi anni, si è "infranta la barriera dimensionale" diffondendosi anche nelle microimprese (dal 6,8% del 2016, all'attuale 12,2%), in quelle piccole (dall'11% al 24,8%) e nelle medie (dal 20,8% al 45,3%). Oggi un'impresa su due è attiva in almeno quattro aree di welfare aziendale, mentre sono triplicate (dal 7% al 19,6%) quelle molto attive appartenenti a tutti i settori produttivi.

Il campione di Pmi partecipanti al Welfare Index Pmi è raddoppiato, ed è oggi presente in modo omogeneo in tutti i comparti produttivi e in tutte le aree del Paese: siamo di fronte a un "vero salto di qualità e a una maturazione", ha spiegato Dallaglio.

(continua a pag. 2)

INSURANCE CONNECT
È SU TWITTER

Seguici cliccando qui

(continua da pag. 1)

L'AZIENDA, PUNTO DI RIFERIMENTO

Ciò che risulta evidente è una maggiore consapevolezza delle imprese del proprio ruolo sociale (il 63,4%), lo sviluppo di una visione strategica di lungo periodo (71,2%), la definizione di obiettivi e politiche ben focalizzate che coinvolgono sistematicamente i lavoratori (71,2%) e il conseguimento di risultati che incoraggiano a procedere su questa strada, con impatti positivi sulla soddisfazione dei lavoratori (73,1%) e sulla produttività del lavoro (63,9%).

L'azienda, ha confermato Dallaglio, diventa il "punto di riferimento dei lavoratori": il welfare non è più solo distribuzione delle risorse e organizzazione di servizi, ma anche solidarietà che risponde alla frammentazione sociale e familiare del nostro Paese. In questo senso, le imprese che risultano vincenti sono quelle che utilizzano strumenti di welfare per costruire "progetti focalizzati sui bisogni primari della popolazione aziendale".

CONOSCENZA E NETWORKING

Tuttavia, c'è ancora molto da fare soprattutto per diffondere conoscenza: solo il 27% delle imprese ha cognizione della normativa necessaria per intraprendere iniziative in tal senso. Oltre a questo, ha spiegato **Andrea Mencattini**, ad e dg di **Generali Welion**, è necessario incentivare il networking attraverso reti d'impresa, consorzi e servizi comuni che aiutino le Pmi a "uscire dall'isolamento", con ricadute positive sul territorio in cui si opera.

I settori che stanno vivendo il maggiore cambiamento sono l'artigianato e l'agricoltura, mentre le aree che crescono di più sono la sicurezza e prevenzione degli incidenti, l'assistenza sanitaria e quella domiciliare, la conciliazione vita lavoro e la formazione. Che insieme ai giovani e alla mobilità sociale rappresentano le priorità nel nostro Paese in termini di welfare.

Tra le più attive, spicca proprio la promotrice dell'iniziativa che, ha spiegato **Marco Sesana**, country manager & ceo Generali Italia e Global Business Lines, propone servizi salvatempo e di conciliazione vita lavoro, di formazione e di assistenza sanitaria attraverso Generali Welion. "Dall'ascolto delle nostre 15 mila persone abbiamo costruito uno dei più completi e innovativi programmi di welfare in Italia. E mettiamo queste competenze e la nostra innovazione a disposizione di imprese e lavoratori".

COLMARE IL GAP

Anche secondo **Riccardo Fraccaro**, ministro per i Rapporti con il Parlamento e la democrazia diretta, non si può prescindere da una politica di welfare in cui l'impresa mostri attenzione alle necessità delle proprie risorse umane. "Migliorare le condizioni dei lavoratori è un elemento vincente che rende il welfare un fattore di crescita". Il ministro ha assicurato che la legge stabilità 2019 non stravolgerà quanto fatto finora né intaccherà la possibilità di riconvertire gli incentivi in welfare aziendale ma soprattutto ha ribadito la volontà di "colmare il gap" tra le diverse aree del nostro Paese, visto che il 76% dei contratti contenenti misure di welfare aziendale sono concentrati al Nord, contro il 16% del Centro e l'8% del Sud.

LE INIZIATIVE DELLE ASSOCIAZIONI

Nel corso dell'evento si sono confrontati anche i rappresentanti delle associazioni di categoria: **Carlo Robiglio**, presidente della Piccola industria di **Confindustria**; **Massimiliano Giansanti**, presidente di **Confagricoltura**; **Cesare Fumagalli**, segretario generale di **Confartigianato Imprese**; **Gaetano Stella**, presidente di **Confprofessioni**, che hanno raccontato le iniziative di welfare messe in campo nei diversi settori.

Se gli artigiani hanno a disposizione una piattaforma dedicata di servizi e uno specialista del welfare che diffonde conoscenza e promuove la fruibilità di servizi organizzati in comune, gli industriali puntano sulla cultura d'impresa, con la trasmissione di best practice in incontri e seminari; i professionisti sono dedicati soprattutto al lavoro agile e al sostegno psicologico per le neo mamme e i dipendenti che devono assistere familiari non autosufficienti; gli agricoltori, invece, ricorrono agli enti bilaterali per fare welfare, convinti che questo strumento porterà maggiore qualità nell'agroalimentare e nel 5W.

I PIÙ PREMIATI

L'evento si è concluso con la premiazione delle aziende che hanno ottenuto le 5W del rating Welfare Index Pmi. Quest'anno sono 68 (il triplo dal 2017) le realtà che si sono distinte per numerosità e intensità delle iniziative, grado di coinvolgimento dei lavoratori e impegno economico e organizzativo nel welfare aziendale.

Le prime classificate sono state: per l'industria, **Europea Microfusioni Aerospaziali** con un progetto di cooperazione produttiva e tecnologica; per il commercio e servizi, **Illumia** grazie a iniziative salvatempo; per le professioni, **Studio Sila** e il suo ufficio in rete; per l'artigianato, **Deangelis** con la flessibilità nel coniugare lavoro e famiglia; per l'agricoltura, l'azienda agricola **Rondi Maria Elena** e la sua riabilitazione equestre per bambini e adulti con fragilità; per il terzo settore, **Spazio Aperto Servizi** con il progetto di totale flessibilità dedicato alle neo mamme.



MERCATO

Lavoro e nuovi modelli di comunità

Un rapporto di Adapt e Ubi Banca analizza lo scenario e le prospettive nate negli ultimi anni con i cambiamenti normativi e fiscali: gli incentivi sono sempre più diffusi e possono rivelarsi utili ad accompagnare i cambiamenti nella società

Incentivi fiscali, poi attenzione al benessere dei dipendenti e miglioramento della produttività. Ma forse il welfare aziendale può essere anche altro. È la conclusione cui arriva la seconda edizione di *Welfare for people*, rapporto realizzato dalla Scuola di alta formazione in relazioni industriali e di lavoro di **Adapt** e dall'osservatorio *Ubi Welfare* di **Ubi Banca**. Presentata ieri a Milano, la pubblicazione analizza scenario e prospettive del fenomeno, facendo emergere come, al di là degli incentivi fiscali che tanto hanno contribuito alla diffusione della pratica, il welfare aziendale possa svolgere anche un'altra funzione: accompagnare l'evoluzione del mercato del lavoro e favorire la creazione di un nuovo modello di comunità.

E di nuovi modelli, con i tempi che corrono, pare esserci un gran bisogno. Lo ha fatto capire **Letizia Moratti**, presidente del consiglio di gestione di Ubi Banca, elencando nell'intervento introduttivo della mattinata i numeri di una società in costante mutamento. "I dati **Eurostat** ci dicono che il 12% dei lavoratori è a rischio povertà", ha affermato. "Siamo di fronte – ha aggiunto – a sfide sociali dettate da cambiamenti irreversibili: stimiamo che nel 2050 la quota degli inattivi possa arrivare all'84%".

Partire dalle relazioni industriali

Di fronte a questi numeri, i vecchi modelli possono poco. Secondo **Michele Tiraboschi**, coordinatore scientifico di Adapt, è forse arrivato il tempo di "ripensare lo scambio fra lavoro e retribuzione". E il fenomeno del welfare aziendale è senz'altro in grado di indicare una strada alternativa. A patto, ha puntualizzato, che "si vada oltre il semplice incentivo fiscale". E che il welfare aziendale, più che alla distribuzione di risorse, guardi alla produttività per accelerare lo sviluppo.

Il punto di partenza, per Tiraboschi, è dato dalle relazioni industriali. È da lì, ha spiegato, che si può iniziare a costruire "logiche di sistema che possano contribuire a risolvere i problemi del mercato del lavoro". Lo scenario del welfare aziendale non va dunque confinato al perimetro dell'impresa, ma deve aprirsi

anche all'ascolto del territorio per "creare qualcosa che, andando oltre al semplice accordo, possa rimanere nel tempo".

Un'idea di società

Anche per **Vincenzo Boccia**, presidente di **Confindustria**, le relazioni industriali ricoprono un ruolo centrale. E lo ricoprono soprattutto adesso, in un momento in cui "bisognerebbe rimettere al centro del dibattito il rallentamento economico per recuperare produttività e benessere". La diffusione del welfare aziendale, ha aggiunto, può offrire l'occasione per "passare dal conflitto al confronto" e stabilire accordi che producano identità culturale. Secondo Boccia, "è questo il piccolo capolavoro del welfare aziendale: ci ha messo attorno a un tavolo per raggiungere un accordo che realizza un'idea di società".

Il passaggio dal welfare aziendale alla comunità, in quest'ottica, diventa evidente. E potrà consentire, ha chiosato Boccia, a "costruire quel villaggio industriale che è alla base della vita in società".

Benefici per il territorio

Sul tema hanno convenuto tutti i partecipanti alla tavola rotonda che ha chiuso la mattinata. **Annamaria Furlan**, segretaria generale della **Cisl**, ha sottolineato che "oggi non è il momento dello scontro", ma di rafforzare "un lavoro che può creare coesione sociale e investimenti". Sul tema della coesione è intervenuta anche **Rossella Leidi**, vice direttore generale e chief wealth & welfare officer di Ubi Banca, la quale ha evidenziato che "il coinvolgimento delle diverse forze del territorio può consentire di creare un circolo virtuoso in cui a beneficiarne, oltre alle imprese inserite nel sistema, è il territorio stesso".

Sul fronte delle aziende è intervenuto **Natale Manini**, hr director di **Cobo group**. Per il manager, a fronte delle difficoltà che si possono incontrare "perché l'abitudine alla retribuzione è ancora forte", il welfare aziendale può arrivare a ricoprire una valenza tutta peculiare nel territorio, elevando a strumento fondamentale per "comprendere i bisogni della collettività e partecipare attivamente al processo decisionale". Decisioni sempre più complesse perché, come ha osservato **Stefano Granata**, presidente del gruppo cooperativo **Cgm** e di **Concooperative Federsolidarietà**. "complesse sono le questioni a cui ci troviamo davanti". Come nel caso dei già citati *working poor*, persone che lavorano e faticano ugualmente ad arrivare alla fine del mese. "Bisogna ingegnerizzare processi industriali – ha affermato – e ricostruire patti fiduciari a più largo raggio che tengano conto della visione dei territori". Magari partendo dal welfare aziendale.



Un momento della tavola rotonda

RICONOSCIMENTI

Premiata l'Hr di Cattolica

La giuria del Premio Hr Digital Mindset Award – Marco Fertoni ha riconosciuto il programma di sviluppo ed efficientamento delle risorse umane messo in atto dalla compagnia, anche grazie a un ampio utilizzo delle innovazioni tecnologiche

Interazione, confronto, flessibilità, self improvement, mobilità interna: le nuove tecnologie possono aiutare nel migliorare la qualità del lavoro dei collaboratori.

Grazie a una politica di gestione delle risorse umane aperta e orientata all'uso delle novità tecnologiche, **Cattolica Assicurazioni** si è aggiudicata il premio speciale per la categoria *Digital Employer Branding* del Premio *HR Digital Mindset Award – Marco Fertoni*.

Il concorso, che è indetto dal **Gruppo Proper Transearch**, si rivolge alle imprese che grazie all'innovazione tecnologica hanno migliorato l'efficienza e il coinvolgimento della propria struttura di Hr. L'esperienza di Cattolica Assicurazioni, prima compagnia assicurativa a ricevere questo riconoscimento, ha convinto la giuria per il cambio di passo programmato e realizzato dalla società nella prospettiva del piano industriale 2018-2020.

Nel suo progetto di innovazione complessivo, Cattolica ha attribuito al capitale umano un ruolo chiave che necessitava di un percorso di crescita. Allo scopo, è stata attivata una *Employer branding strategy* destinata sia ai dipendenti che ai clienti. Il progetto prevedeva il rinnovamento del sito web della compagnia in chiave di trasparenza, a cui è stato affiancato il portale intranet *Noi*, piattaforma multimediale, accessibile anche da smartphone.

Il coinvolgimento dei dipendenti è stato accresciuto anche tramite l'utilizzo della piattaforma digitale *ReadyToGo*, che permette di collaborare in modalità social per individuare sfide su cui misurarsi e proporre idee.

Il percorso di empowerment tecnologico è stato avviato in parallelo a una serie di riorganizzazioni interne (19 a partire dal 2017) che hanno coinvolto 350 risorse su tutti i livelli aziendali nella re-ingegnerizzazione del 96% dei processi.

Il nuovo contesto digitale costruito dalla funzione Hr di Cattolica comprende una serie di iniziative tra cui *Digital Attitude*, progetto di assessment delle competenze digitali, lo *smart working* due giorni a settimana, il sistema di valutazione della performance *bottom-up With - We Improve Together*, la *Training Academy*, erogata con modalità formative digitali tra cui e-learning, webinar e classi virtuali, e *Job Market*, sistema di selezione trasparente del personale per velocizzare i processi di mobilità interna. I collaboratori sono stati coinvolti direttamente anche nella fase di test della nuova app di Cattolica, e nell'utilizzo dell'area *Insurance analytics and business architecture*, finalizzata all'analisi in tempo reale dei dati generati dai clienti con lo scopo di realizzare nuovi prodotti connessi.

Maria Moro

PRODOTTI

Novità unit-linked per Zurich

La compagnia svizzera lancia Zurich Portfolio Extra, polizza di investimento retail su quattro linee garantita in caso morte e con caratteristiche di flessibilità

Zurich guarda ai risparmiatori mediamente capienti con una proposta di investimento dai differenti livelli di rischio, garantita per la sua totalità in caso di premorienza.

Nelle intenzioni di Zurich, c'è l'offerta di un prodotto innovativo a livello di garanzie e in linea con le diverse esigenze dei clienti in tema di redditività dell'investimento: sono queste le caratteristiche di *Zurich Portfolio Extra*, la polizza di investimento unit-linked con la quale la compagnia svizzera allarga alla clientela retail alcune caratteristiche tipiche dei prodotti per il mercato private.

La quota di innovazione del prodotto è data in particolare dalla copertura del 100% in caso morte da destinare a un beneficiario prescelto. Con *Zurich Portfolio Extra*, la compagnia propone quattro linee guidate di investimento con limiti di volatilità predefiniti e monitorati direttamente dalla compagnia. Le linee si caratterizzano per i diversi livelli di rischiosità tra i quali il cliente può scegliere in base al proprio appetito di investimento: si tratta della *Linea Portfolio Extra Prudente*, della *Linea Portfolio Extra Moderata*, della *Linea Portfolio Extra Bilanciata* e della *Linea Portfolio Extra Dinamica*, tutte composte da Oicr combinati tra loro in percentuale variabile. A questi si aggiunge la *Linea Portfolio Extra Libera*, che permette al risparmiatore di creare una propria libera combinazione di fondi di investimento. In tutti i casi, l'accesso all'offerta parte da un premio unico iniziale minimo di 20mila euro, che può essere incrementato nel tempo con aumenti graduali del capitale o in maniera regolare attraverso un piano di versamenti programmati.

M. M.

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.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.itSupplemento al 27 marzo di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577