

BANCASSICURAZIONE

INSALUTE SERVIZI, LA NOVITÀ DI INTESA SANPAOLO VITA E BLUE ASSISTANCE

CLOSING PREVISTO NEL PRIMO SEMESTRE 2023 PER IL TPA FRUTTO DELLA PARTNERSHIP TRA LE DUE REALTÀ. UNA PROPOSTA IMPORTANTE NEL SETTORE DELLA PROTEZIONE E DEL WELFARE INTEGRATIVO, CHE PASSA DAL CANALE BANCARIO. NE ABBIAMO PARLATO CON I PROTAGONISTI DELL'INIZIATIVA

di FABRIZIO AURILIA



InSalute Servizi è il nuovo *Tpa (Third part administrator)* che nasce dalla collaborazione tra **Intesa Sanpaolo Vita** e **Blue Assistance**. Opera nel settore salute e infortuni e sarà partecipato al 65% dalla compagnia del gruppo **Intesa** e al 35% dalla società di **Reale Group**. Il closing dell'operazione, che prevede il conferimento di un ramo d'azienda di Blue Assistance alla nuova società InSalute Servizi, costituita all'interno della *Divisione Insurance* di Intesa Sanpaolo, è previsto per il primo semestre 2023.

Si tratta di una novità importante nel grande settore, sempre più in espansione, dei servizi legati alla salute, alla protezione delle persone e, più in generale, al welfare integrativo e di prossimità, che passa dalle banche.

OBIETTIVO: ECCELLENZA

Ma quali sono le principali caratteristiche, e le prospettive, di InSalute Servizi, quali i punti distintivi? *Insurance Review* ne ha parlato con i protagonisti dell'operazione: **Massimo Tessitore**, amministratore delegato e direttore generale di InSalute Servizi, e **Marco Mazzucco**, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore vita e welfare di Reale Group.

“InSalute Servizi vuole essere un Tpa caratterizzato dall'eccellenza nel servizio al cliente, attivo in modalità real time e su tutti i canali, oltre il servizio digitale. Da questa considerazione derivano le sinergie con Blue Assistance”, esordisce Tessitore. Al centro dell'accordo c'è la crescita di un unico network sanitario, che nasce “mettendo insieme gli sforzi di sviluppo per aumentarne la capillarità, attraverso investimenti per operare in maniera sempre più efficace”. L'obiettivo è quindi quello di fornire un customer journey sempre più integrato, “con un'esperienza end-to-end interamente digitale”, chiosa Tessitore.

NETWORK, ASSISTENZA, TERRITORIO

“Le due realtà – precisa Mazzucco – lavoreranno insieme per massimizzare i servizi ai clienti finali, il tutto nel totale rispetto delle logiche di competitività delle rispettive compagnie assicurative e degli accordi commerciali presi con altre società”. I cardini di InSalute Servizi sono il network di strutture, medici, operatori sanitari e servizi d'assistenza, e la piattaforma tecnologica “che ha l'obiettivo di semplificare il lavoro delle strutture sanitarie sul territorio”, sottolinea Mazzucco. “Quindi – aggiunge – da un lato più servizi ai clienti e dall'altro un miglioramento dell'attività professionale delle strutture attraverso una piattaforma evoluta”.

UN MONDO DI START UP

Legato al tema dell'innovazione digitale c'è quello della grande espansione dell'insurtech e delle start up che arricchiscono l'ecosistema dei player assicurativi. Un campo monitorato con grande attenzione sia da Blue Assistance sia da Intesa Sanpaolo Vita. In questi anni, d'altra parte, come ricorda Marco Mazzucco, sono nate diverse esperienze proprio nel mondo della salute. “Le start up sono realtà agili e molto specializzate”, sottolinea l'ad di Blue Assistance, che ricorda gli investimenti della società in **SosPediatria** e **Pharmercure**, guidati dall'obiettivo di “mettere a sistema la risposta assicurativa al sinistro con un insieme di servizi del mondo salute”.

Le start up, aggiunge Massimo Tessitore, fanno “innovazione pronta all'uso in ambiti molto specifici”, e sono adatte quindi a essere integrate velocemente. Intesa Sanpaolo ha investito e continua a investire molto nel mondo delle imprese innovative: “quando ci troveremo ad avere la necessità di soluzioni *plug and play* in campi molto peculiari, certamente ci rivolgeremo ancora al mercato delle start up, piuttosto che mettere in piedi da zero soluzioni in-house”.

Tecnologia, quindi, ma anche tutela della relazione umana: “ci saranno sempre le persone, i professionisti, a disposizione dei nostri clienti”, evidenzia l'ad di Blue Assistance.

In quest'ottica, il Tpa cerca di fare un passo in più rispetto alle tradizionali partnership di bancassicurazione spesso basate sulla netta distinzione tra fabbrica prodotti e distribuzione. “Il mondo bancassicurativo – riflette Tessitore – si fonda sul rapporto tra banca e compagnia dello stesso gruppo, ma se le cose non vanno per il verso giusto, l'impatto può essere devastante in termini di relazione con i clienti”. La fiducia dei consumatori, oggi più di ieri, è qualcosa che bisogna meritare e guadagnare “specie nel post vendita e soprattutto nell'ambito malattia, dove la frequenza d'uso e la possibilità di incappare in brutte esperienze è alta”, dice Tessitore.

UN SERVIZIO ROTONDO

“Quello che fa la differenza – argomenta Mazzucco – è la *rotondità* del servizio”, cioè una capacità superiore di offrire un'esperienza semplice e percepita realmen-

te come utile. “Oggi – continua il top manager – il bisogno nel contesto della salute è conclamato: il mondo del welfare è il mercato più promettente tra quelli che abbiamo di fronte. I nostri modelli saranno vincenti se oltre alle coperture assicurative avremo la capacità di arrivare alle persone con strumenti e servizi d’eccellenza. L’accordo ci consentirà di estendere ai clienti non solo contratti assicurativi ma anche i servizi di assistenza salute alla persona, acquistabili *stand alone*. Esperienze come questa sono molto positive per il mercato italiano, dove c’è una forte necessità di risposte ai bisogni e di medicina di prossimità, soprattutto per le fasce della popolazione media e bassa”.

UN MODELLO IBRIDO

Molto, lo sappiamo, si gioca e si giocherà sulla digitalizzazione, soprattutto se finalmente si attiverà quella collaborazione tra pubblico e privato che da anni si auspica e che ora, grazie alle missioni attivate dal *Pnrr* (telemedicina, dossier sanitario unico e online, ecc.) sembra più concreta. “Il digitale sarà uno strumento di grande aiuto e supporto in un contesto in cui il tocco umano resta essenziale: se davvero si riuscirà a fare sistema tra pubblico e privato, la digitalizzazione sarà centrale, ma la risposta sarà sempre affidata alle persone”, ribadisce Mazzucco.

Secondo Tessitore, quando il modello di servizio è completamente digitale, come nel caso della vendita di un prodotto semplice, il cliente si sente già in grado di fare da sé. E tuttavia, “l’italiano è ibrido per natura”, commenta, “e l’evoluzione del modello dipenderà



Massimo Tessitore, amministratore delegato e direttore generale di InSalute Servizi



Marco Mazzucco, amministratore delegato di Blue Assistance e direttore vita e welfare di Reale Group

anche dall’offerta: se è semplice, veloce e sa adattarsi ai bisogni delle persone, il grado di autonomia sarà maggiore, ma ci saranno sempre parti del viaggio del cliente meno digitalizzate”, precisa Tessitore.

PREVENZIONE A COSTI CONTENUTI

Guardando al futuro, la telemedicina e il concetto di portare nelle case delle persone le risposte di cui hanno bisogno spingerà i clienti “ad abituarsi e affezionarsi al sistema, che non sostituisce la visita medica, ma completa tutto il processo”, spiega Mazzucco. È un filone che sarà certamente sviluppato, come già sta accadendo in tanti paesi, dalla Germania al nord Europa, dalla Gran Bretagna alla Cina.

E poi c’è la prevenzione: “desideriamo che le persone facciano più ricorso alla prevenzione, attivando check-up a costi più contenuti; grazie a network come il nostro, anche chi non è assicurato potrà avere accesso a questi servizi”, conclude Mazzucco.

L’obiettivo, intanto, è di consolidare il network per abilitare progetti sempre più ambiziosi in produzione e sviluppo. “L’interesse dei cittadini per le prestazioni di sanità integrativa sta crescendo costantemente”, ricorda Tessitore. “Ora c’è anche la possibilità di fornire queste prestazioni in maniera più digitale ed efficiente, comprese quelle che riguardano la prevenzione. Due anni fa – fa notare, infine, Tessitore – non esisteva comunicazione su telemedicina e assistenza da remoto: ora se ne parla molto di più e il mercato, di conseguenza, sta crescendo”.

