

LIFESTAR, ARRIVA DA MALTA UNA NUOVA COMPAGNIA VITA

IL TOP MANAGER PAOLO CATALFAMO SCOMMETTE SULL'ITALIA (E SU SAN MARINO) PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA SOCIETÀ BASATA SULLA EX COLONIA BRITANNICA. CON LA COLLABORAZIONE DEL MASTER BROKER BRIGHT LIFE HA LANCIATO IL PRIMO PRODOTTO, ED ENTRO I PROSSIMI DUE ANNI SVILUPPERÀ UN PROGETTO DI LUNGO TERMINE

di Fabrizio Aurilia



Il gruppo LifeStar Holding sbarca in Italia e punta a crescere nel mercato vita. Presieduto da **Paolo Catalfamo**, già vice presidente e amministratore delegato per l'Italia e il sud Europa di **Franklin Templeton**, LifeStar è un gruppo quotato alla Borsa di Malta, che ha fatto recentemente il suo ingresso nel mercato italiano attraverso il master broker **Bright Life**, e nel mercato della Repubblica di San Marino grazie a una partnership di bancassicurazione.

A Malta, all'attività assicurativa si accompagna anche quella di asset management: il gruppo comprende inoltre due società, LifeStar Insurance (ramo vita) attiva a Malta da circa 60 anni, e LifeStar Health, operativa dal 1971 in qualità di rappresentante nazionale di **Bupa**, compagnia assicurativa del Regno Unito e presente a livello globale.

L'OCCASIONE PER LA MINI-SCALATA

Per Catalfamo, intervistato da *Insurance Review*, si tratta di un ritorno sulla scena dopo alcuni anni dedicati all'insegnamento negli Stati Uniti. “L'occasione – racconta – è arrivata nel 2015 quando individuai a Malta la compagnia giusta su cui investire”. In pochissimo tempo, Catalfamo, attraverso una mini-scalata fatta in conformità con le richieste dell'autorità di vigilanza, ha acquisito LifeStar: “l'autorità maltese – spiega – voleva trovare rapidamente un socio solido per la compagnia che già al tempo assicurava oltre 30mila cittadini nei rami vita e salute (su una popolazione di mezzo milione, *n.d.r.*) C'era un bel po' di lavoro da fare – ricorda – soprattutto per quanto riguardava la società di gestione del risparmio”.

SALUTE, LA TECNOLOGIA CHE FA COMUNITÀ

Il gruppo maltese LifeStar Holding, da poco attivo in Italia nel ramo vita ma non ancora in quello salute, ha lavorato con il governo di Malta a un piano per assicurare, proprio nel comparto salute, soggetti considerati non assicurabili, cioè con determinate patologie pregresse, età molto avanzata o con certe condizioni al limite della discriminazione. “Abbiamo sviluppato un fondo che si attiva dopo che una persona è respinta da due compagnie”, spiega Paolo Catalfamo, presidente esecutivo del gruppo.

Nel campo della salute, la tecnologia e la prevenzione possono fare già molto. Tra le iniziative di LifeStar c’è la creazione di una piattaforma tecnologica, realizzata con una start up molto avanzata nell’intelligenza artificiale e nei chatbot e da poco acquisita da Tim. “Stiamo sviluppando un CRM evoluto sul lifestyle – precisa il top manager – con l’obiettivo di creare una sorta di comunità del benessere, a cui fornire una serie di servizi e di guide per i soci della comunità. In cambio della condivisione dei dati saremo pronti a strutturare sempre più precisamente il premio assicurativo: il nostro scopo – conclude – è creare un premio su misura per ogni cliente”.

Oggi, il gruppo ha superato i 45mila assicurati maltesi, con il 40% della quota di mercato dei fondi pensione privati e una rete proprietaria di 70 agenti.

IL PRIMO PRODOTTO IN ITALIA

Ma fin dall’inizio l’obiettivo di Catalfamo era prendere una licenza assicurativa per poi fare operazioni all’estero. “L’Italia è stato il primo paese in cui abbiamo investito”, spiega il top manager, “e abbiamo aspettato nove anni perché volevamo essere forti abbastanza da non prendere rischi eccessivi”.

L’occasione buona è arrivata con il master broker Bright Life per il lancio di un prodotto di protezione (Tcm), ma anche la scelta del riassicuratore è stata importante: in Italia è Scor, mentre a Malta la collaborazione è con Gen Re e Hannover Re.

Nel merito del prodotto, si tratta di una Tcm con una serie di garanzie accessorie, tra cui Ltc, malattia, invalidità, con una particolarità che LifeStar chiama *bonus fedeltà*: per i clienti che restano assicurati 20 anni senza sinistri è prevista la restituzione (qualora si volesse recedere dal contratto) del 50% del capitale versato, dopo 25 anni del 75% e dopo 30 anni del 100%. “Questo, rispetto al resto del mercato, è qualcosa in più”, commenta Catalfamo.

Il prodotto ha un target retail di età compresa tra i 30 e i 40 anni, con un premio medio di circa 1.300 euro all’anno. Da settembre a marzo, la compagnia ha fatturato circa 500mila euro al mese.

I PROGETTI A MEDIO-LUNGO TERMINE

Al momento in Italia LifeStar non vende altri prodotti ma Catalfamo conferma che i piani di espansione nel nostro paese sono chiari: “vorremmo lanciare un prodotto salute nel corso dell’ultimo trimestre del 2025, mentre, poiché riteniamo la Sgr sinergica con l’assicurazione, prevediamo di entrare nel mercato italiano del risparmio l’anno prossimo, anche perché abbiamo già oggi l’autorizzazione a operare in Italia in quel settore”, rivela Catalfamo, aggiungendo che tra il 2026 e il 2027 è in programma l’apertura di una filiale assicurativa in Italia.

LifeStar è la prima compagnia maltese a operazioni al di fuori di Malta: “stiamo perseguitando una strategia di medio lungo periodo, non abbiamo velleità di fare volumi enormi, vogliamo commercializzare prodotti con rischi limitati”, precisa Catalfamo.

Tra le operazioni già chiuse, c’è anche quella a San Marino, dove la compagnia ha stretto un accordo di distribuzione in esclusiva per la vendita di due prodotti vita (Tcm e Cpi) con la Cassa di risparmio, la banca di Stato che ha circa 35mila clienti: “cerchiamo di entrare in mercati di nicchia con una certa dose di innovazione”, conclude il top manager.