

Il caso

“Ibl Assicura: insurtech e polizze per famiglie”

ADRIANO BONAFEDE, ROMA

Parla Marinelli, ad della società controllata dalla banca prima in Italia nella **cessione del Quinto**: “Ma siamo consulenti, non una compagnia”

«Diciamo la verità, in Italia sia le fabbriche prodotte assicurative che le piattaforme di distribuzione hanno bisogno di un profondo rinnovamento. Il settore è in uno stato di immobilismo, manca un'apertura decisa al cambiamento e questa è anche una delle ragioni che vedono l'Italia come uno dei paesi più sotto assicurati d'Europa e dei paesi industrializzati». Massimo Marinelli, neoamministratore delegato di Ibl Assicura, non usa troppi giri di parole. Va dritto al cuore del problema: per vendere più prodotti assicurativi bisogna svecchiare il settore. Ibl Assicura è la società di distribuzione di prodotti assicurativi di **Ibl Banca**, l'istituto di credito specializzato nei finanziamenti contro **cessione del quinto dello stipendio**, leader di mercato con una quota stimata del 15% (e che ha raggiunto i 2,8 miliardi di euro di impieghi).

Ora l'ad della banca, Mario Giordano, ha deciso di entrare nel business assicurativo e ha dato incarico proprio a Marinelli di svilupparlo. Marinelli è stato chiamato per la sua precedente esperienza in Allianz, che lasciò per creare una sua società come imprenditore. Ora con il nuovo ruolo ha il compito di incrementare l'attività distributiva di Ibl Assicura nelle vesti di top manager. Ibl Assicura non è tuttavia una compagnia

«Non vogliamo creare un'altra fabbrica prodotta ma essere un consulente di fiducia per i clienti, ai quali offriamo i prodotti nell'ambito delle nostre partnership con primarie compagnie», spiega Marinelli.

«Operiamo attraverso piattaforme digitali e guardiamo con interesse al mondo dell'insurtech. In quest'ottica, **Ibl Banca** ha acquisito il 9,73% di Net Insurance, con cui nel 2020 avvieremo l'operatività e svilupperemo il settore *instant*. Comprende le polizze che si ottengono istantaneamente in occasione di un evento o di un luogo dove ci si trova, ad esempio la copertura offerta via app in aeroporto, offerta a chi parte grazie alla geolocalizzazione.

CATASTROFI SOTTOVALUTATE

«L'obiettivo di Ibl Assicura - spiega Marinelli - è proporre un modello diverso da quello solitamente offerto in ambito bancario. Il nostro valore aggiunto è la consulenza insieme alla proposta di prodotti confezionata su misura sulle specifiche necessità dei nostri clienti. Sono oltre 500 mila i contatti della banca, che, in controtendenza con il settore, nel tempo ha continuato ad aprire nuove filiali sul territorio italiano, dove attualmente è presente con quasi 100 punti vendita, 54 filiali dirette e 44 negozi finanziari. Ibl Assicura distribuisce tutti i prodotti assicurativi dentro queste realtà».

Quali polizze saranno vendute da Ibl Assicura? «Stiamo predisponendo un amplissimo ventaglio di prodotti. Ma la nostra particolarità sarà quella di offrire consulenza di qualità. L'offerta tiene conto del nostro target, ovvero il mondo delle famiglie, con tutte le coperture legate quindi ai rischi della persona e del patrimonio, in ambito privato e professionale», dice Marinelli.

Quest'obiettivo presuppone un forte impegno nella formazione de-

gli addetti, «che saranno ovviamente nostri operatori e che qualificheremo con piani di formazione ad hoc».

Qual è la scelta organizzativa a monte? «Questo settore per crescere ha bisogno di una svolta, e soprattutto delle idee e della visione dei giovani. Auspico anche una maggiore presenza di figure professionali femminili. Con le loro capacità, dalla sensibilità commerciale al pragmatismo, possono sicuramente contribuire ad ampliare gli orizzonti. Noi siamo fiduciosi che ciò possa accadere. L'età media dei dipendenti di **Ibl Banca** è di 39 anni, mentre la presenza femminile è del 57%. Siamo un gruppo giovane e senza discriminazioni di genere. La tecnologia e la multicanalità nella nostra visione non tolgono spazio alla centralità della persona. Ciascuna persona cambia e ha esigenze diverse nel corso della sua vita. Il nostro compito è offrire delle risposte ai diversi bisogni di sicurezza».

Per quanto riguarda l'allargamento dei prodotti, Marinelli ha il pallino della *long term care*, la polizza che consente di proteggersi dal rischio di non autosufficienza. «In un Paese che invecchia sempre più questa tipologia di polizza dovrebbe godere di più attenzione anche in termini di maggiori benefici fiscali», dice Marinelli. «Consideriamo poi che sempre più famiglie sono composte da una sola persona, il che significa che in futuro potrebbero non poter contare sull'assistenza e la protezione di familiari».

E poi c'è la spinosa questione dei danni da terremoti e catastrofi naturali: «È un tema assicurativo ancora sottovalutato, nonostante il nostro territorio sia fortemente a rischio sismico e idrogeologico ed il costo medio delle coperture si aggiri intorno ai 200-250 euro a famiglia».