

Generali vara la nuova unità “Health&Welfare” per la prevenzione e la protezione di famiglie, lavoratori e imprese

Per la miglior customer experience di clienti, agenti e distributori: un unico punto di riferimento in ambito Salute e Benessere con più servizi e tecnologia

Milano. Generali ha varato oggi la **nuova unità organizzativa “Health&Welfare”**: un modello unico sul mercato italiano in linea con le best practice internazionali che **unisce in un unico polo i segmenti di business Malattia e Infortuni per i clienti Retail, Imprese e Employee Benefits (Collettive)**, con un’offerta integrata per la prevenzione e la protezione della salute di famiglie, lavoratori e imprese. L’unità sarà dedicata allo **sviluppo della migliore customer experience per clienti, agenti e distributori**, grazie a un’offerta modulare che coniuga: soluzioni assicurative e servizi innovativi; un modello operativo pienamente integrato tra sviluppo commerciale, pricing & underwriting, gestione sinistri e servizi; accesso al network di strutture sanitarie sul territorio.

La nuova unità “Health&Welfare”, a diretto riporto del **General Manager di Generali Italia, Massimo Monacelli**, è operativa dal 1° marzo 2023 ed è affidata a **Francesco Bardelli, Chief Health & Welfare and Connected Business Development Officer di Generali Italia e Ceo di Generali Welion**, la società di servizi di welfare integrato.

La Salute rappresenta oggi la priorità dell’82% degli italiani¹ ed è indicata tra gli obiettivi fondamentali del Pnrr che prevede investimenti per 20 miliardi di euro a supporto del Ssn entro il 2026. La collaborazione tra pubblico-privato, il focus sulla dimensione territoriale e la svolta digitale sono i pilastri del futuro del sistema sanitario in un Paese che oggi conta più di 4 milioni di non autosufficienti e 14 milioni di over65, un dato destinato a salire fino a 20 milioni entro il 2045².

Massimo Monacelli, General Manager di Generali Italia e Francesco Bardelli, Chief H&W and Connected Business Development Officer di Generali Italia e Ceo di Generali Welion hanno dichiarato: *“Salute e welfare per famiglie, imprese e Paese sono centrali nello sviluppo della nostra strategia Lifetime Partner 24: Driving Growth. La nuova organizzazione ci permette di aumentare il nostro impegno in un settore strategico ed in forte crescita, facendo leva sull’unione di Infortuni e Malattia per generare importanti sinergie, migliori servizi e soluzioni innovative per tutti i nostri clienti. Questo nuovo assetto guarda alle best practice internazionali, rappresenta un unicum a livello*

¹ Fonte: Ipsos Multifinanziaria Retail Market, luglio 2022

² Fonte: Ania, Deloitte/Swg, Istat 2019, ergas-Rapporto Oasi, Italia Longeva 2019



nazionale. Ci permetterà di rafforzare la nostra leadership ed essere ancor più efficaci con un'offerta sempre più innovativa e personalizzata”.

Il nuovo modello – che parte dall'expertise di oltre 190 anni di Generali, dalla capacità di consulenza per famiglie e imprese con una rete capillare e da una visione internazionale – permette di allineare l'organizzazione di Generali alle priorità e ai bisogni del mercato e si distingue per un approccio multicanale che valorizza la consulenza dei 20mila agenti, consulenti e welfare specialist. La proposta alle famiglie e alle imprese si basa su un ecosistema per la prevenzione e la protezione della Salute in costante evoluzione, che coniuga un network di eccellenza di oltre 9.000 strutture sanitarie a servizi innovativi per facilitare l'accesso alle cure, per la telemedicina e per la digital health. Per le PMI ed il Corporate il nuovo perimetro permette di rafforzare le soluzioni dedicate al Welfare aziendale, che comprendono coperture complete e modulari Employee Benefit, strumenti per la gestione dei Flexible Benefit e la possibilità di offrire ai dipendenti programmi personalizzati di check-up, prevenzione e lifestyle. Anche il post-vendita, grazie al nuovo modello, si fa ancora più smart nell'ottica dell'integrazione verticale end-to-end che abilita processi sempre più seamless e migliora la capacità di risposta e i livelli di servizio di alta qualità.

In un mercato Infortuni e Malattia che vale circa € 7 miliardi di premi, Generali detiene una quota di mercato di oltre il 20%, con una raccolta premi che nel 2022 si è attestata a €1,6 miliardi.

Generali Italia è l'assicuratore più conosciuto in Italia con €29 miliardi di premi totali e una rete capillare di 40 mila distributori, oltre ai canali online e di bancassurance. 15 mila dipendenti. A Generali Italia fanno capo Alleanza Assicurazioni, Cattolica Assicurazioni, Das, Genagricola, Genertel e Genertellife, Generali Welion e Generali Jeniot.

*Iniziativa soggetta a limitazioni e valida fino al 31 marzo. Prima della sottoscrizione leggere il set informativo su generali.it