

VERSO L'E-EALTH GRAZIE ALLA TECNOLOGIA

Sempre più ampio l'impegno di **Aon** nel settore della salute e del benessere con prodotti e servizi su misura

La salute rappresenta per Aon uno dei principali pilastri del suo business, un settore che ha da sempre presidiato, con iniziative orientate al benessere psico-fisico dei suoi dipendenti e attraverso l'offerta di soluzioni assicurative, ma non solo, a supporto della prevenzione e cura delle malattie. In Italia purtroppo si sta assistendo a una progressiva contrazione della spesa sanitaria pubblica, sia in termini di servizi offerti, che di performance, con un allungamento dei tempi d'attesa. Ciò ha portato ad un significativo aumento della cosiddetta spesa out of pocket, pari a 35 miliardi di euro. Sono ben 7 milioni gli italiani che oggi si indebitano per pagarsi le cure e a questo si aggiunge il progressivo allungamento della vita media e l'aumento degli over 65, che soffrono di malattie croniche e necessitano di cure a lungo termine. La spesa privata intermediata dalle assicurazioni e dai fondi sanitari è stata però di soli 4,5 miliardi di euro. Partendo da questi dati, tutti gli operatori del settore devono ripensare al contributo che possono dare per soddisfare i reali bisogni delle persone in un ambito così importante per la vita delle persone.

Il Sistema sanitario nazionale, di cui noi italiani dovremmo andare orgogliosi, perché è un sistema universalistico, non è più in grado di soddisfare la domanda di assistenza di una popolazione che è sempre più longeva e caratterizzata da malattie croniche. I 35 miliardi

di euro spesi dagli italiani per prestazioni sanitarie in regime privatistico sono la testimonianza di un bisogno reale e concreto di assistenza sanitaria che le assicurazioni e i fondi sanitari non hanno saputo soddisfare», spiega Enrico Vanin, Ceo di Aon Spa e Aon Hewitt Srl. «In Italia sono ben 50 milioni le persone che non hanno ancora sottoscritto coperture assicurative in ambito sanitario. Secondo un recente sondaggio, il 75% non le vede come un'opzione per soddisfare le proprie esigenze. E del restante 25% che le prenderebbe in considerazione, ben la metà le trova costose e quasi il 30% non realmente utili. Stiamo quindi perdendo una grande opportunità».

Quali risposte a questa situazione? «Credo che la chiave per raggiungere queste persone risieda nella tecnologia, che ci permette di raccogliere e analizzare dati utili per riuscire a fornire le soluzioni assicurative di cui hanno realmente bisogno. È necessaria una maggiore condivisione dei dati per profilare le esigenze del singolo e una maggiore chiarezza nelle soluzioni assicurative per far cadere il velo di sfiducia che tuttora esiste nei confronti degli operatori nel campo assicurativo. È su questo che dobbiamo lavorare, per riuscire ad offrire nuovi prodotti e servizi, che soddisfino le esigenze in continua evoluzione del singolo, accompagnandolo nell'arco della sua vita».

© Riproduzione riservata



A destra, Enrico Vanin, Ceo di Aon Spa e Aon Hewitt Srl, e il Leadenhall Building a Londra, global headquarter di Aon.

**PRO
FI
LO**

Aon è il primo gruppo in Italia e nel mondo nella consulenza dei rischi e delle risorse umane, nell'intermediazione assicurativa e riassicurativa. Aon Italia è la branch italiana di Aon Plc, capogruppo quotata al NYSE con headquarter a Londra e presente in più di 120 Paesi con 50.000 dipendenti. Il Gruppo in Italia

ha 27 uffici e oltre 1.600 dipendenti per fornire a Pmi, grandi gruppi, enti pubblici e professionisti soluzioni su misura per una adeguata gestione dei rischi. Nel 2018 ha realizzato in Italia ricavi per 250 milioni di euro e ha intermediato premi per quasi 3 miliardi di euro.

AON