

MILLENNIAL: INCERTI, MA PRONTI A RISCHIARE

di LAURA SERVIDIO

PRAGMATICI, INTRAPRENDENTI, MA ANCHE CONSAPEVOLI DELL'INCERTEZZA DEL PRESENTE E FUTURO. AXA ITALIA FOTOGRAFA I GIOVANI DI OGGI, EVIDENZIANDO LE SFIDE APERTE PER IL SETTORE ASSICURATIVO. A CUI È RICHIESTO DI RIAPPROPRIARSI DI UN SIGNIFICATO POSITIVO DEL RISCHIO



Per alcuni, è la generazione *No budget* (la prima a dipendere economicamente dai genitori), per altri, quella del *Ti voglio bene*. In una parola, sono i *Millennial*, un universo ricompreso fra i 18 e i 34 anni – oggetto dell'indagine *I giovani, la percezione del rischio e il rapporto con le assicurazioni*, condotta da **Episteme** e **Università Bocconi** e presentata nel corso dell'*Italian Axa Forum 2014* – che si caratterizza per una forte attenzione alle novità e alla sperimentazione, una maggiore attitudine alla curiosità verso culture lontane dalla propria, ma anche una maggiore comprensione dei valori della ricchezza e della diversità.

FIGLI DELL'INCERTEZZA

La generazione dei Millennial eredita una prospettiva difficile: l'80% ha paura che il futuro non riservi nulla di buono e l'82% è convinto che le prossime generazioni avranno minori disponibilità economiche e prospettive di carriera. “I giovani in Italia – conferma **Monica Fabris**, presidente di Episteme – sanno di vivere in un contesto difficile, in cui la crisi protratta ha lasciato la convinzione che dovrà passare molto tempo prima che si ritorni alle condizioni di benessere. Il contesto, dunque, è quello di una rassegnazione consapevole e molto diffusa”.



Frédéric de Courtois,
amministratore delegato di Axa Italia

La gestione dell'incertezza è il tema chiave di questa generazione. Una sfida vissuta attraverso l'adozione di strategie molteplici: da una parte difensive, di controllo e/o rimozione, come il rifugio nell'affettività o l'attività esasperata; dall'altra, di accettazione del cambiamento, di grande flessibilità e pragmatismo: sono generazioni in viaggio, ma non in fuga.

UN NUOVO CONCETTO DI RISCHIO

Assume contorni interessanti il concetto di rischio per i giovani, percepito in positivo come strumento di conquista dell'indipendenza. L'assicurarsi diventa un gesto di responsabilità verso se stessi e verso gli altri, ma la protezione non è più concepita solo come tutela, sempre di più come abilitazione al rischio, che, oggi, diventa una dimensione di cui riappropriarsi.

È qui che entrano in gioco le assicurazioni, chiamate ad assumere pienamente la loro *mission abilitatrice*, declinandola come *aiuto a rischiare* più che *protezione dei giovani dai rischi*. “È una sfida – sottolinea **Frédéric de Courtois**, amministratore delegato di **Axa Italia** – che il settore assicurativo è chiamato a raccogliere, esprimendo e valorizzando il proprio mandato di supporto al *risk taking*, per aiutare le nuove generazioni a recuperare il significato positivo della parola rischio e a realizzare idee e progetti di vita”.

CAMBIANO MODALITÀ E LINGUAGGIO

Nel favorire l'avvicinamento dei Millennial al mondo delle assicurazioni sono importanti la modalità e il linguaggio. Dall'indagine emerge che la relazione personale è il canale prioritario: i genitori quando si è più giovani, gli esperti quando si è più adulti. In particolare, il web ha un ruolo significativo come fonte informativa ed è considerato uno strumento importante per migliorare l'offerta. A questo si aggiunge la preferenza per una pubblicità personalizzata e soprattutto un linguaggio capace di creare *engagement*, attraverso le tecniche del marketing esperienziale, molto apprezzato dai giovani proprio perché produce una condivisione emotiva della narrazione. “L'impegno per le nuove generazioni – conclude de Courtois – è un pilastro del nostro piano industriale: stiamo portando l'assicurazione nelle scuole; stiamo finanziando la ricerca, così come le start up per far emergere imprese giovanili”.

LE DONNE, PIÙ CONSAPEVOLI DEL RISCHIO

Le donne avvertono una maggiore esposizione ai rischi rispetto agli uomini, fatta eccezione per quelli connessi agli infortuni durante l'attività fisica e al furto dell'auto o moto. Su una scala da uno a dieci, è percepita più alta l'esposizione ai rischi legati alla vecchiaia (7,06 vs 6,08 degli uomini) e alla salute (6,49 vs 5,80), mentre risulta il contrario per gli infortuni sportivi (4,68 vs 5,03 degli uomini). E anche sul fronte previdenziale, prevale la percentuale femminile di chi dichiara *non sono assicurato, ma ci sto pensando*.