

# ITALIANI CONSAPEVOLI DEI RISCHI, MA POCO ASSICURATI

di NICCOLÒ PESCALI

UNA RICERCA CONDOTTA DA IPSOS IN COLLABORAZIONE CON ANIA MOSTRA COME NEL NOSTRO PAESE CI SIA FIDUCIA NEI CONFRONTI DELLE COMPAGNIE, SEBBENE MOLTI CONCITTADINI ANCORA NON SI PROTEGGANO ADEGUATAMENTE. INNOVAZIONE, SERVIZI PERSONALIZZATI E UNA RINNOVATA COMUNICAZIONE SONO LE CHIAVI PER AVVICINARLI AL MERCATO DELLE POLIZZE



© The best photo for all - iStock

Gli italiani conoscono le conseguenze dell'esposizione ai rischi e sono interessati ad affrontarle, soprattutto i giovani, ma ancora ricorrono poco ai prodotti assicurativi. Questa è una delle principali evidenze emerse dallo studio commissionato da **Ania** a **Ipsos** per comprendere l'evoluzione dei bisogni di protezione, le prospettive e le aspettative degli italiani nei confronti delle soluzioni assicurative. In particolare, si è cercato di comprendere la percezione dei rischi nella vita quotidiana, l'interesse nei confronti delle polizze e verso nuove soluzioni di prodotto e servizio. L'indagine, eseguita a luglio 2022 mediante interviste (metodo Cawi) a una popolazione di 2001 cittadini italiani di età com-

presa tra i 18 e i 64 anni, è stata strutturata in modo da raccogliere risultati in modo trasversale tra le generazioni, attraverso un'analisi motivazionale condotta su una community virtuale e su due gruppi campione. Il focus della ricerca è incentrato sulla percezione del contesto attuale del rischio, l'impatto dei cambiamenti e gli scenari futuri.

## LE AREE DI PREOCCUPAZIONE TRA LE VARIE GENERAZIONI

Dai primi dati si evince quanto, dopo un susseguirsi di grandi sconvolgimenti, la sensibilità degli italiani verso il rischio sia aumentata e le incertezze facciano or-

mai parte del loro pensiero quotidiano. Se la pandemia può essere considerata uno shock superato, i cambiamenti e le tensioni geopolitiche invece sono radicate nella quotidianità delle scelte dei singoli, soprattutto per quanto riguarda le ricadute inflazionistiche che esse comportano. In questo contesto, i temi finanziari acquisiscono maggiore rilevanza: il 90% degli italiani infatti si sente vulnerabile ed esposto a questo tipo di rischi. Salute, famiglia, reddito e pensione sono le principali aree di preoccupazione: il 66% è preoccupato per l'autosufficienza e le cure mediche, il 50% per la famiglia e i figli, il 48% per il reddito e il lavoro, e il 37% pensa alla pensione per il futuro. Questo scenario delinea la maggiore propensione degli italiani a porre la loro attenzione su questioni di sopravvivenza primarie. Passano in secondo piano le preoccupazioni legate al futuro, come la pensione, comunque importanti, ma relegate a una dimensione a lungo termine. Ovviamente, osservando più a fondo, si nota una grande variazione in base alle fasce d'età: i baby boomer (57-64 anni) sono maggiormente preoccupati per la non autosufficienza e le cure mediche, mentre la generazione X (41-56) è concentrata sulla famiglia, i figli e la pensione. I millennial (27-40), invece, sono particolarmente preoccupati per il reddito da lavoro. In generale cresce la preoccupazione per i rischi ambientali (33%), percentuale che tocca il suo picco tra i più giovani della Gen Z (18-26).

## **FIDUCIA E CREDIBILITÀ NELLA GESTIONE DEL RISCHIO**

Nonostante una profonda consapevolezza dei rischi, esiste un ampio gap tra percezione e ricorso a strumenti assicurativi: il 45% di chi si dichiara esposto non ha adottato misure di protezione (esclusa l'Rc auto). Ad esempio, se il 70% degli italiani ritiene che la perdita dell'autosufficienza sia un rischio significativo, ben il 93% di coloro che si sentono esposti a questo rischio non ha adottato alcuna strategia di tutela. Queste cifre mostrano che esiste una discrepanza notevole tra domanda e offerta, che può essere coperta avvicinando coloro che non conoscono gli strumenti idonei ai loro fabbisogni al mercato assicurativo. Tuttavia più della metà degli italiani (56%) ha una buona opinione del comparto delle polizze, posizionandolo sopra molti altri settori. In un momento storico caratterizzato dall'instabilità, il mercato assicurativo rappresenta un appiglio sicuro durante i turbolenti mutamenti

della contemporaneità. Si nota una maggiore fiducia e un atteggiamento favorevole soprattutto da parte della generazione Z. Questo potrebbe essere dovuto al fatto che i giovani si avvicinano all'assicurazione con una mentalità più rivolta al futuro, considerandola un alleato nella gestione dei rischi, in cui viene riconosciuta un'alta attenzione allo sviluppo sostenibile, sinonimo di efficienza, oltre che un buon rapporto qualità-prezzo nell'offerta di servizi. La parte più anziana del campione invece considera fondamentale la personalizzazione dell'offerta assicurativa per le nuove esigenze: questa caratteristica probabilmente è dovuta a una maggiore esperienza nell'utilizzo delle polizze da parte dei baby boomer.

## **TRA TECNOLOGIA E CONTATTO UMANO**

L'evoluzione costante del settore è chiaramente visibile nel rapporto tra cliente e assicurazione, che sta diventando sempre più multicanale e digitale. L'interesse per i servizi personalizzati offerti tramite il web e le app sta crescendo, trasversalmente per tutte le generazioni, quella Z in testa: ormai il 65% degli assicurati si relaziona in modalità ibrida, sia a distanza che con operatore fisico. Nonostante l'aumento dell'interazione digitale, la consulenza personale e il contatto umano mantengono un'importanza centrale, a oggi le due modalità si equivalgono e si integrano. Un esempio sono le piattaforme di videoconferenza, che permettono di superare la dicotomia tra il fisico e il digitale, abbattendo l'impersonalità e massimizzando la praticità. La ricerca si sofferma poi sulle tendenze future del settore. A interessare particolarmente gli italiani, soprattutto i giovani, è il check up assicurativo, per valutare la propria esposizione ai rischi e le proprie esigenze. Questo indica una consapevolezza crescente della necessità di protezione e una volontà di affidarsi alla guida di professionisti ed esperti per ottenere informazioni specializzate. Partendo da questo punto si sottolinea l'importanza di migliorare la comunicazione e offrire soluzioni innovative per rispondere alle necessità emergenti degli italiani. A oggi le caratteristiche maggiormente richieste agli assicuratori stanno cambiando velocemente e sono: chiarezza e semplicità di utilizzo dei prodotti, efficienza e rapidità nella gestione dei sinistri e flessibilità delle polizze, attraverso un'offerta dinamica dei pacchetti sulla base esigenze mutabili nel tempo e facilmente modificabili. 1