

## Gli italiani nel 2019: continuano a fare nuovi progetti nonostante le preoccupazioni e contano sulle assicurazioni per proteggere famiglia e patrimonio

*La ricerca internazionale di BNP Paribas Cardif mostra un'Italia poco soddisfatta ma che non rinuncia a fare progetti. Per realizzarli è determinante il ruolo delle compagnie assicurative, di cui gli italiani si fidano e da cui vorrebbero polizze sempre più flessibili, semplici e accessibili*

In un mondo che cambia, caratterizzato da iper-digitalizzazione e globalizzazione, per costruire l'assicurazione del futuro è fondamentale analizzare i cambiamenti nel comportamento e nelle aspettative delle persone, la loro necessità di protezione rispetto ai progetti di vita, i mezzi necessari per realizzarle e come il partner assicurativo possa facilitare questo percorso al loro fianco. Questi i principali obiettivi della ricerca internazionale condotta da **BNP Paribas Cardif**, in collaborazione con Ipsos, su 26.000 persone, in 26 paesi e 3 continenti (Europa, America Latina e Asia).

Nella fotografia sull'Italia, dove BNP Paribas Cardif è presente dal 1989, e oggi è tra le prime dieci compagnie assicurative<sup>1</sup>, emerge che rispetto ai risultati globali - che evidenziano ottimismo soprattutto nei nuovi colossi dell'economia mondiale come Cina e India - ed europei - con olandesi, danesi e tedeschi che esprimono un sentiment positivo - nel 2019 gli italiani si scoprono non particolarmente soddisfatti e sfiduciati. Dal potere d'acquisto alla lenta crescita economica sino al lavoro, sono tante le ragioni del loro scetticismo. Tuttavia non vogliono arrendersi e non è mai venuto meno il desiderio di fare progetti per il futuro - ad esempio, viaggiare, migliorare la casa o aprire una nuova attività. Progetti che gli italiani intendono realizzare puntando soprattutto sul risparmio e sulle polizze assicurative. Due le fonti di apprensione: il lavoro e la salute, soprattutto quella dei propri cari. Di chi si fidano gli italiani per avere maggiore protezione? Preferiscono in assoluto le compagnie assicurative, rispetto a banche, broker e agenti indipendenti, chiedendo polizze flessibili, semplici e accessibili.

### L'INSODDISFAZIONE C'È, MA GLI ITALIANI NON SMETTONO DI FARE PROGETTI E PUNTANO SU RISPARMIO E ASSICURAZIONI

Colpiti da una crisi economica e politica durata anni, gli italiani sono tra i più sfiduciati in Europa, insoddisfatti non solo riguardo alla condizione loro e a quella della propria famiglia, ma anche per quanto riguarda l'intero sistema Paese. Il vero tallone d'Achille è la **sfera economica**: solo il 26% crede che il proprio **potere d'acquisto** sia accettabile, e al contempo la **crescita economica** soddisfa meno di un italiano su tre (28%). Una situazione che migliora leggermente in altre sfere, come quella **lavorativa**, con il 45% soddisfatto del proprio lavoro attuale. La casa, da sempre al centro dei pensieri degli italiani, è invece l'ambito in cui il Bel Paese sembra essere più sicuro (61%).

È vero, in Italia c'è insoddisfazione, ma c'è anche una grande voglia di rivalsa. Gli italiani non smettono, infatti, di fare progetti futuri ed entro il 2025 vorrebbero, ad esempio, viaggiare alla scoperta del mondo (l'82%), acquistare un'auto e avere una casa accogliente, dedicandosi al fai-da-te (il 75%) o facendo eseguire dei lavori (il 71%). Forte, molto più che altrove, anche la volontà di avviare una nuova attività imprenditoriale (41%) se si pensa che in Germania solo il 19% ha intenzione di portare avanti un'iniziativa di questo tipo. **Ma come intendono realizzare questi progetti?** Innanzitutto facendo grande affidamento su loro stessi. Al primo c'è, infatti, la convinzione di avere abbastanza soldi per finanziare i propri sogni nel giro di qualche anno (56%), mentre il 52% vuole farlo iniziando a risparmiare. Al terzo posto una piacevole conferma: **accendere una polizza assicurativa è ritenuto un passo fondamentale per il 22% degli italiani**, molto più che accedere ad un prestito bancario (14%), ricevere un'eredità/donazione (20%) o ricevere aiuto economico da amici e parenti (20%). Segno che per molti italiani realizzare i propri progetti di vita significhi ancor prima proteggere la famiglia e il patrimonio. Quando i progetti hanno un impatto economico elevato - l'acquisto della casa, ad esempio - gli italiani confermano la propensione al prestito, con il 68% che sostiene di averne già uno. Solo un italiano su cinque dichiara, infine, di incontrare difficoltà nel pagare le rate del credito concesso.

### GLI ITALIANI SI SENTONO POCO PROTETTI MA SI AFFIDANO ALLE ASSICURAZIONI PER LAVORO, SALUTE E PER I PROPRI CARI

Salute e lavoro. Si possono riassumere in due parole le grandi preoccupazioni degli italiani. Nel primo ambito, il 70% teme, in generale, di perdere la propria indipendenza, con il 69% che teme una malattia grave e il 67% una malattia

<sup>1</sup> Classifica ANIA 2018



cronica. Nel secondo, è grande la paura di subire perdite finanziarie o una forte riduzione delle entrate (72%), seguita dalla perdita del lavoro (60%). A far paura agli italiani sono poi i disastri naturali, temuti dal 50%.

Da queste preoccupazioni scaturisce, poi, anche un **senso di mancanza di protezione**. Solo il 5% degli italiani si definisce, infatti, molto ben protetto. Sono ancora bassi i tassi di copertura assicurativa anche verso rischi "base": il 38% degli intervistati afferma di non avere alcuna polizza assicurativa se non quelle obbligatorie. Più nel dettaglio, il 30% delle famiglie ha almeno un'**assicurazione sulla vita** attiva e il 15% ha una polizza per proteggersi in caso di disabilità. **I motivi?** Tra i più gettonati spiccano i prezzi delle polizze, giudicati troppo alti (46%), seguiti dalla reputazione negativa delle compagnie assicurative (26%). **Ma quando si tratta di accendere una nuova polizza gli italiani fanno affidamento proprio sulle compagnie assicurative**, al primo posto per fiducia con il 61%, rispetto a banche (28%), a broker e agenti indipendenti (27%). È il consulente assicurativo (51%), invece, la fonte di informazioni primaria per gli italiani, che preferiscono il contatto umano piuttosto che affidarsi ai siti di confronto delle polizze (35%) e all'opinione di famigliari, amici e colleghi (26%).

Nonostante si rilevi qualche incertezza nel concretizzare l'accensione di nuove polizze, più della metà degli italiani (55%) vorrebbe assicurarsi nei prossimi anni contro i rischi maggiormente percepiti. Per proteggersi da malattie gravi, innanzitutto, opzione indicata dal 33% degli intervistati, seguita da disabilità totale permanente (30%), da perdite finanziarie/riduzione delle entrate (29%) e dalla perdita del lavoro (29%). In generale, gli italiani ritengono essenziali le polizze che permettono di prendersi cura dei propri cari. Ad esempio, circa un italiano su due giudica fondamentale un'assicurazione che includa pagamenti mensili nell'evenienza di dover lasciare il lavoro per potersi dedicare ad un parente malato (47%) o per prendersi cura dei parenti anziani (45%).

#### **L'ASSICURAZIONE IDEALE: QUALI CARATTERISTICHE?**

Gli italiani vorrebbero polizze **flessibili**, rimborsabili quando non utilizzate (35%), personalizzabili (29%) e attivabili all'occorrenza (25%); **semplici**, con un linguaggio chiaro e comprensibile (33%); **accessibili**, aperte a tutti (29%). In cambio di polizze "su misura" quasi 2 intervistati su 3 (risultato tra i più alti in Europa) si dicono disposti a condividere i propri dati sulla salute (68%), sulla situazione familiare (67%), personali (68%) e finanziari (54%).

*"L'Italia viene da un periodo di crisi economica e sociale che ha messo a dura prova le aspettative per il futuro e gli italiani sono, infatti, tra gli europei che si sentono più sfiduciati e meno ben protetti pur non esprimendo un desiderio particolarmente forte di una migliore protezione. Eppure non si danno per vinti e continuano a coltivare passioni, sogni e progetti che noi abbiamo l'obbligo di proteggere nel migliore dei modi." - ha dichiarato **Isabella Fumagalli, Head of Territory for Insurance in Italy di BNP Paribas Cardif.** "Come settore siamo, quindi, chiamati a promuovere innanzitutto una trasformazione culturale che sensibilizzi le persone sui rischi e sulla prevenzione e, contestualmente, dobbiamo costruire prodotti accessibili, sostenibili, modulari e personalizzati. In BNP Paribas Cardif abbiamo raccolto la sfida lavorando quotidianamente su tre fronti principali: ingaggiare le nostre persone, la risorsa più grande che abbiamo, per valorizzarne il talento e mettere la loro creatività al servizio dell'innovazione; migliorare la gestione e la qualità dei dati, che come abbiamo visto, le persone sono pronte a condividere con noi, per definire modelli predittivi e per profilare meglio i rischi di ogni singolo cliente, restituendo così un valore reale; stimolare la costituzione di ecosistemi che possano favorire la contaminazione tra settori, aziende e realtà diverse, come abbiamo già fatto nella salute."*

#### **LE ASSICURAZIONI NEL RESTO DEL MONDO: QUALCHE CURIOSITÀ**

La ricerca ha sondato le opinioni di 26.000 persone in 26 paesi e 3 continenti (Europa, America Latina e Asia) e fatto emergere risultati significativi. Le preoccupazioni più diffuse a livello globale riguardano la sfera economica (soprattutto lavoro e pensioni), sociale (come ad esempio la cura degli anziani e il livello di protezione sociale percepito) e la salute. Ma nonostante ciò, le **aspettative per il futuro** rimangono, nella maggior parte dei casi, positive. L'ottimismo è una prerogativa tipica dei nuovi colossi dell'economia mondiale: il 96% della popolazione di Cina e India, si dice convinto di avere un avvenire positivo davanti. Danesi (88%), olandesi (86%) e tedeschi (81%), invece, gli europei più ottimisti. Interessanti anche i dati sul **ruolo delle assicurazioni nel mondo**. A sentirsi maggiormente protetti sono gli asiatici (72%) più degli europei (64%), con gli olandesi che fanno registrare il maggior grado di protezione percepita (85%) e i portoghesi quella minore (50%). Portoghesi che, però, si mostrano particolarmente inclini (primi in Europa) a proteggere famiglia e patrimonio con polizze per realizzare i propri progetti (38%). Nel mondo, a desiderare più protezione, specialmente contro malattie gravi (49%) e la perdita del lavoro (47%) sono, invece, i latinoamericani. L'**assicurazione sulla vita** è particolarmente diffusa nei paesi asiatici, dove copre ben il 62% delle famiglie. In questo specifico ambito, nel Vecchio Continente il primo paese è la Polonia (55%). La **caratteristica più ricercata** al mondo?



**BNP PARIBAS  
CARDIF**

**L'assicurazione  
per un mondo  
che cambia**

È la **rimborsabilità** (39%), seguita dalla personalizzazione (36%) e della semplicità (34%). Trend valido anche per l'Europa, dove rimborsabilità e personalizzazione (entrambe al 38%) sono ritenute essenziali per una polizza ideale.

#### **BNP Paribas Cardif**

BNP Paribas Cardif dal 1989 sviluppa e distribuisce in Italia prodotti assicurativi per i segmenti Protezione e Risparmio attraverso diversi canali ([www.bnpparibascardif.it](http://www.bnpparibascardif.it)). N. 1 a livello mondiale nel creditor insurance\*, BNP Paribas Cardif svolge un ruolo essenziale nella vita dei clienti assicurati, fornendo soluzioni di risparmio e protezione che consentono loro di realizzare i propri obiettivi e di proteggersi dagli eventi imprevisti. Come azienda assicurativa impegnata, BNP Paribas Cardif lavora per avere un impatto positivo sulla società e per rendere l'assicurazione accessibile al maggior numero possibile di persone. In un mondo profondamente trasformato da nuove abitudini e stili di vita emergenti, la Compagnia, filiale di BNP Paribas, si avvale di un modello di business unico fondato sulla partnership. L'offerta assicurativa viene sviluppata in co-creazione con circa 500 distributori partner di vari settori (tra cui banche e istituti finanziari, società del settore automotive, aziende retail, telcos, utilities, consulenti finanziari, broker e altri) che ne garantiscono la commercializzazione al cliente finale. Con una presenza in 35 Paesi, e forte posizionamento in tre regioni (Europa, Asia e America Latina), e con 100 milioni di clienti, BNP Paribas Cardif si è affermata come specialista a livello globale nell'assicurazione personale e svolge un ruolo importante a sostegno dell'economia. Con oltre 10.000 dipendenti nel mondo, BNP Paribas Cardif ha raggiunto nel 2018 una raccolta premi pari a 31,8 miliardi di €.

Segui le ultime notizie su BNP Paribas Cardif:



\*Fonte: Finaccord - 2018

#### **Per informazioni**

##### **MY PR**

Roberto Grattagliano  
Fabio Micali  
02 54123452 - 3389291793  
[roberto.grattagliano@mypr.it](mailto:roberto.grattagliano@mypr.it)  
[fabio.micali@mypr.it](mailto:fabio.micali@mypr.it)

##### **BNP Paribas Cardif Italia**

Cristina Cislaghi  
Head of Media Relations  
[cristina.cislaghi@cardif.com](mailto:cristina.cislaghi@cardif.com)



**BNP PARIBAS  
CARDIF**

L'assicurazione  
per un mondo  
che cambia