

BNP Paribas Cardif: italiani più preoccupati e pessimisti ma più consapevoli. Dopo un anno di pandemia si fanno i conti con paure maggiori, entrate inferiori e progetti annullati. Aumenta il desiderio di protezione su salute, lavoro e credito.

- *Gravi malattie, disoccupazione e perdita dell'autonomia finanziaria sono i rischi per i quali vorrebbero essere maggiormente protetti.*
- *Il 62% degli italiani ritiene positivo il fatto di poter disporre della protezione di una polizza (vs il 55% del 2019). Solo il 7% si sente però "adeguatamente protetto" mentre il 55% si sente "abbastanza protetto".*
- *Il 58% degli italiani ha dichiarato di aver avuto un impatto negativo sul reddito a causa del Covid-19.*
- *Piace l'assicurazione del credito per proteggere il patrimonio e stare più sereni.*

Due anni dopo la prima edizione, che aveva sottolineato la resilienza degli italiani nonostante le difficoltà economiche e un certo senso di mancata protezione, **BNP Paribas Cardif**, in collaborazione con Ipsos, ripropone la **ricerca internazionale sulle preoccupazioni, le aspettative e le esigenze delle persone**. E le differenze non mancano. In un mondo completamente diverso e colpito dal Covid-19, gli italiani sono più preoccupati e più pessimisti, rispetto al 2019 e alla media europea. Aumentano la paura di perdere il lavoro e dell'ospedalizzazione, cresce il desiderio di maggior protezione verso la propria salute, la famiglia e la sfera economica e si rafforza la consapevolezza sull'assicurazione del credito. In generale, la pandemia ha ridotto le entrate economiche di tanti italiani, costringendoli a rimandare o annullare i progetti più onerosi. Per realizzare la nuova analisi **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia¹, ha coinvolto, sempre con Ipsos, un campione di 21.000 persone, in 21 paesi e 3 continenti (Europa, America Latina e Asia). Uno studio importante per capire dove siamo, dove andremo e costruire l'assicurazione per la *nuova normalità* che ci attende.

"L'indagine fotografa un'Italia tra le nazioni più pessimiste d'Europa, con meno capacità di proiettarsi nel futuro ma con più consapevolezza sui rischi da cui proteggersi - ha commentato Isabella Fumagalli, CEO di BNP Paribas Cardif - La pandemia, infatti, da un lato ha impoverito le imprese e le famiglie con particolare impatto sui lavoratori precari, sui giovani e sulle donne, dall'altro ha inibito ogni progettualità a fronte dell'incertezza nel futuro. Le persone si sono rese conto dell'importanza della protezione e della prevenzione, in particolare nella sfera della salute e dell'occupazione anche grazie alle nuove soluzioni di prossimità adottate tempestivamente dalle compagnie di assicurazione durante l'emergenza. Un'opportunità che non ci dobbiamo lasciar sfuggire per scrivere un nuovo patto coi nostri clienti basato su un dialogo continuativo che permetta di intercettare meglio insieme i bisogni emergenti dalla nuova normalità offrendo esperienze di protezione innovative."



Quali sono le preoccupazioni degli italiani e come sono cambiate negli ultimi anni

Salute e lavoro sono sempre gli ambiti più toccati, anche rispetto alla media europea. In cima c'è il timore di una riduzione delle entrate (75%; +2 p.p. sul 2019; contro il 70% europeo). Seguono la paura di una malattia grave (71%; +1 p.p. sul 2019) e della perdita della propria indipendenza (68%; -2 p.p.; 60% in Europa). Con il Covid-19 sono aumentati di ben 4 punti percentuali rispetto al 2019 sia il timore di perdere il lavoro (65%, contro il 58% in Europa), sia quello dell'ospedalizzazione (65%). Ma c'è di più: se nel 2019 la paura di un disastro naturale, proprio come una pandemia, colpiva il 49% della popolazione, ora la percentuale sale al

¹ Classifica ANIA 2019



56% (+ 7 p.p.). In compenso, le nuove abitudini hanno contribuito ad abbattere i timori relativi a furto o danneggiamento d'auto (53%; -4 p.p.), aggressione (49%; -4 p.p.), attentato terroristico (34%; -7 p.p.).

Quanto si sentono protetti gli italiani

L'emergenza sanitaria ha sicuramente sottolineato l'importanza del tutelarsi da eventi imprevisti. Il 62% degli italiani ritiene positivo il fatto di poter disporre della protezione di una polizza (vs il 55% del 2019). È comunque solo il 7% (contro l'11% europeo) a definirsi "molto ben protetto" (+1 p.p. sul 2019) anche se aumenta però la percentuale di chi si sente "abbastanza protetto" (55%; +6 p.p.) e diminuisce chi si sente "non molto protetto" (30%; -7 p.p.). La pandemia ha, quindi, accentuato il desiderio di protezione degli italiani in particolari su alcuni ambiti ritenuti più impattanti. Al primo posto la malattia grave (40%; +7, p.p.; in Germania è solo il 26%), seguita dalla perdita del lavoro (36%, +7 p.p.; il 19% in Germania) e dalle perdite finanziarie/riduzioni delle entrate (35%; +6 p.p.). In forte aumento anche le risposte relative alla malattia cronica (32%; +8 p.p.), alla perdita di indipendenza (31%; +7 p.p.), all'incidente (26%, +6 p.p.), e alla morte (23%; +7 p.p.).

L'impatto del Covid-19 sulle tasche degli italiani

Il 64% degli intervistati ha subito o pensa che subirà una riduzione delle entrate: una percentuale ben superiore rispetto alla media europea (58%) e a paesi come Germania (45%) e Francia (48%). A determinarla è per il 35% degli intervistati una temporanea riduzione del salario, per il 24% l'abbassamento delle ore di lavoro e per il 21% la perdita del lavoro. Proprio a causa dell'emergenza, inoltre, più della metà degli italiani (il 56%, contro il 53% a livello europeo e il 33% in Germania) ha dovuto o dovrà posticipare o rinunciare del tutto ad un acquisto importante. Solo il 16%, invece, ha avuto o si aspetta di avere difficoltà nel saldare le bollette: un dato che sorprende se confrontato con la media europea (20%). Ma quanto ci vorrà per ripristinare il tasso di disoccupazione ai livelli pre-Covid? Su questo gli italiani sono più pessimisti rispetto agli altri europei. Solo per il 3% (il 7% in Europa) bisognerà attendere fine anno, mentre il 59% (contro il 48% europeo, il 45% in Germania) crede che ci vorranno 3 anni o più.

La propensione a ricorrere al credito

La crisi ha avuto un forte impatto anche sulla propensione a ricorrere al credito. Il nuovo contesto reindirizza i progetti verso la salute o la preparazione del futuro. Gli italiani sono propensi a ricorrere al credito per accedere a cure mediche (54% + 2 p.p.) molto più che in altri paesi europei (35%) e per finanziare gli studi dei figli (47%; +5 p.p., contro il 34% europeo) mentre diminuisce la percentuale degli italiani che vogliono accedere ad un prestito/mutuo per l'acquisto di una proprietà (56%; -15 p.p. sul 2019), di un'automobile (51%; -6 p.p.), per effettuare ristrutturazioni (48%; -8 p.p.) e per avviare un nuovo business (39%; -14 p.p.). Questa diminuzione è dovuta soprattutto alla paura di non poter ripagare un prestito/mutuo a causa di: la perdita del lavoro (59%; il 50% in Germania e Francia), la malattia grave (53%) e l'inabilità al lavoro (51%). È proprio per far fronte a questi imprevisti che esistono le polizze di assicurazione del credito. Il 69% degli italiani conosce questa soluzione (+10; p.p. sul 2019; il 65% in Germania), con il 16% (+2 p.p.) che ne ha già attivato una. Gli intervistati hanno un'opinione positiva di questo tipo di prodotto, e lo vedono come un modo intelligente per proteggere il proprio patrimonio (77%; +3 p.p.), i propri cari (76%; +3 p.p.) e per "dormire sonni tranquilli" (74% +2 p.p.).

Le assicurazioni nel resto del mondo: qualche curiosità

A livello mondiale, il Covid-19 ha accentuato le preoccupazioni già più diffuse nel 2019, la malattia (il 76% si dice preoccupato; +5 p.p. sul 2019) e la perdita di reddito (76%; +4 p.p.). Un impatto duro in tutto il mondo, specialmente per le conseguenze negative sulla qualità di vita, sulla possibilità di pianificare il futuro e sul senso di vulnerabilità. In particolare, sono i giovani nella fascia di età compresa tra i 18-24 anni a essere più preoccupati per temi come la salute, il decesso e la perdita di impiego. I popoli più colpiti dalla crisi sono quelli latino-americani (a causa dell'emergenza il 79% ha subito o subirà una riduzione nelle entrate) seguiti da quelli asiatici (76%) e europei (58%). In generale, sono aumentati anche i timori relativi alla salute e ai disastri naturali, così come altri rischi non direttamente connessi alla pandemia, come gli incidenti (74%, +5 p.p. sul 2019), la disabilità (69%; +4 p.p.), l'inabilità al lavoro (67%; +3 p.p.) e la perdita della propria indipendenza (64%; +2 p.p.). È l'America Latina il continente in cui le preoccupazioni raggiungono il livello



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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

più alto, specialmente per quanto riguarda salute e lavoro (tutte superiori all'80%), seguita dall'Asia. Invece, nonostante l'impatto del Covid-19, alcuni paesi europei (come Francia, Belgio, Regno Unito, Germania, Svezia e Repubblica Ceca) mantengono un livello di fiducia relativamente sostenuto sia in ambito salute sia sul fronte economico grazie alle politiche di sostegno statali che hanno contribuito a contenere l'aumento della disoccupazione e mitigare la crisi. Nel mondo però è paradossalmente aumentata la quota di chi si dice "ben protetto" dagli imprevisti (+3 p.p. vs il 2019), specialmente in Europa (67%, +5 p.p. vs il 2019). Ciononostante aumenta il desiderio di maggiore protezione, come ad esempio in Spagna (48%; +13 p.p.) e Polonia (51%; +12 p.p.), da imprevisti che riguardano per lo più le malattie gravi (soprattutto in America Latina), gli incidenti e la disoccupazione (con un boom in Asia: in Giappone la percentuale è cresciuta di ben 12 punti). Capitolo prestiti e mutui: scende di 13 punti la percentuale di chi vuole accedere al credito per acquistare un immobile (60% nel 2021 rispetto al 73% nel 2019). Ma sono comunque in tanti a conoscere le polizze di assicurazione del credito (69% a livello mondiale), con il 18% che ne ha già attivato una.

"Nell'arco di soli due anni, il livello delle preoccupazioni è aumentato in modo molto significativo. Questa crisi sanitaria senza precedenti ha avuto un impatto importante sulla vita delle persone, influenzando sia il loro tenore di vita sia la loro capacità di pianificare il futuro. In qualità di assicuratori, abbiamo la responsabilità di fornire loro supporto in modo che possano continuare a portare avanti i progetti che sono importanti per loro", afferma

Jean Bertrand Laroche, BNP Paribas Cardif Deputy Chief Executive Officer, International Markets



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). Leader mondiale nelle partnership di *bancassurance*¹ e nel *creditor insurance*², BNP Paribas Cardif svolge un ruolo essenziale nella vita dei suoi 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 più accessibile. 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 oltre 500 distributori partner di vari settori (tra cui banche e istituti finanziari, società del settore automotive, aziende retail, telcos, utilities) oltre che consulenti finanziari e broker che ne garantiscono la commercializzazione al cliente finale. Con una presenza in 33 Paesi, e forte posizionamento in tre regioni - Europa, Asia e America Latina - BNP Paribas Cardif si è affermata come specialista a livello globale nell'assicurazione personale e svolge un ruolo importante a sostegno dell'economia. Con circa 8.000 dipendenti nel mondo, BNP Paribas Cardif ha raggiunto una raccolta premi pari a 24,8 miliardi di € nel 2020.

Segui le ultime notizie su BNP Paribas Cardif:

¹ Fonte: Finaccord - 2018

² Fonte: Finaccord - 2020



Per informazioni

MY PR

Roberto Grattagliano

Fabio Micali

02 54123452 - 3389291793

roberto.grattagliano@mypr.it

fabio.micali@mypr.it

BNP Paribas Cardif Italia

Cristina Cislighi

Head of Media Relations & Corporate PR

cristina.cislighi@cardif.com

Alessia Greco

Media Relations

alessia.greco@cardif.com



**BNP PARIBAS
CARDIF**

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