



Comunicato Stampa

Milano, 11 luglio 2022

AXA presenta il GREEN BUSINESS REPORT 2022 Gli italiani tra i più propensi al mondo ad una svolta *green* per mitigare gli effetti del cambiamento climatico

- Il cambiamento climatico è al centro delle preoccupazioni degli italiani e sempre più persone sostengono di averne già sperimentato gli effetti in modo diretto.
- La conseguenza che più spaventa è la diffusione di nuove malattie.
- Forte la consapevolezza e la propensione a modificare i propri comportamenti in ottica sostenibile
- Un ruolo centrale è assegnato alle aziende e in particolare alle assicurazioni, sia sul fronte della protezione che della prevenzione ed education.

Gli italiani sono sempre più consapevoli degli effetti del cambiamento climatico e mostrano una **convinta disponibilità a modificare comportamenti, stili di vita e scelte d'acquisto in ottica sostenibile**, assegnando al contempo un **ruolo chiave alle imprese private, assicurazioni in primis**, nella sfida cruciale della transizione ecologica.

Sono alcune delle principali evidenze emerse dal **“Green Business Report 2022”**, realizzato dal Gruppo AXA attraverso un sondaggio condotto da IPSOS su un campione di 10.000 persone in 10 Paesi nel mondo (Spagna, Italia, Francia, Regno Unito, Svizzera, Stati Uniti, Messico, Hong Kong, Giappone e Indonesia).

Per quanto riguarda il legame tra gli italiani e il cambiamento climatico non ci sono dubbi: **il cambiamento climatico è al cuore delle preoccupazioni degli italiani, con il 71% degli intervistati che sostiene di averne già sperimentato gli effetti** in modo diretto nella zona in cui risiede.

La conseguenza che più spaventa è il rischio legato alla diffusione di nuove malattie: la pensa così il 94% del campione, rispetto all'88% della media globale.

Particolarmente avvertito anche il **rischio di dover fronteggiare nel breve termine conseguenze dirette del cambiamento climatico**: l'80% avverte un impatto sul comfort personale (abbigliamento e temperatura in casa), rispetto al 65% della media globale; il 70% vede un impatto sui viaggi (contro il 58% a livello globale); il 73% sull'alimentazione (contro il 58% a livello globale); il 68% sul tipo di assicurazione (contro il 51%).

La buona notizia è che nel mondo, gli italiani, risultano i più disposti a modificare i propri comportamenti e stili di vita in ottica sostenibile da qui a 5 anni. Lo sostiene il 96% del campione, rispetto all'84% della media globale.



In particolare, **il 76% si dichiara favorevole alla transizione verso un'economia circolare** (riparare piuttosto che sostituire, utilizzare prodotti di seconda mano, rivendere ecc.), **il 79% si dice propenso all'adozione di azioni concrete per preservare le biodiversità** e **il 72% afferma che farà uso dell'automobile solo se necessario**, o in caso di indisponibilità di altri mezzi di trasporto rispettosi dell'ambiente.

Un ruolo chiave per le assicurazioni: in questo processo di transizione, il ruolo delle imprese e, in particolare, delle assicurazioni, è considerato cruciale.

Per il **60%**, le compagnie dovrebbero ideare nuovi **prodotti assicurativi che incoraggino comportamenti più eco-friendly** (vs 57% degli europei, 55% degli americani e della popolazione asiatica).

La funzione "educativa" di diffusione della consapevolezza sul tema, anche attraverso la promozione della ricerca scientifica, è **particolarmente sentita in Italia** (59% vs 44% globale).

Il 78% degli italiani, inoltre, con uno stacco netto rispetto al resto degli europei (65%) e della popolazione asiatica (70%), dichiara che quando si trova a scegliere tra compagnie di assicurazione o prodotti, il loro impatto sull'ambiente ed i prodotti verdi messi a disposizione sono un importante criterio di valutazione e il **62%** (primi in Europa) sarebbe **disposto a pagare un premio più alto per prodotti con un impatto positivo sull'ambiente**.

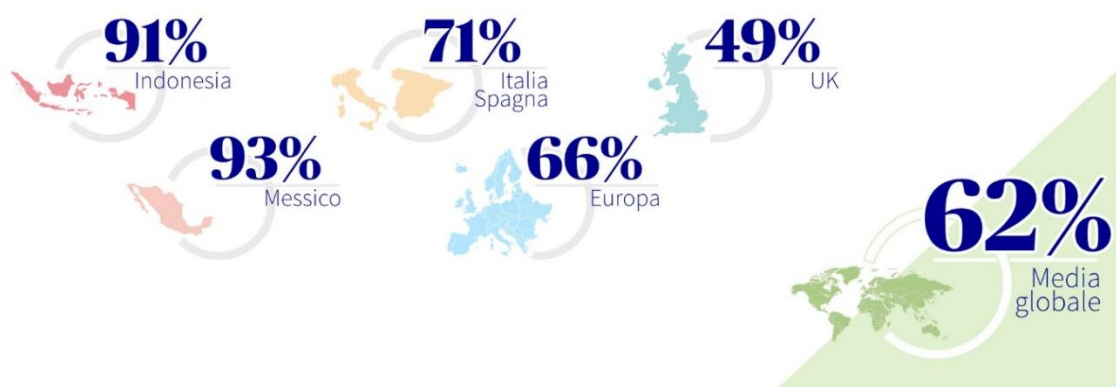
Le persone intervistate concordano inoltre nel ritenere che **le assicurazioni possono svolgere un ruolo positivo** nell'incentivare l'adozione di pratiche in grado di ridurre la carbon footprint. **Il 72% degli intervistati** che, a livello global, possiedono un'auto, **ha dichiarato che uno sconto sull'assicurazione aiuterebbe a convincerli a passare a un veicolo elettrico o ibrido. Quasi l'80% del campione** si è dichiarato interessato ad **assicurazioni sulla casa che offrano uno sconto a fronte di interventi di riqualificazione energetica degli edifici**.

«Siamo di fronte ad un "codice rosso per l'umanità" - ha commentato **Giacomo Gigantiello, CEO del Gruppo assicurativo AXA Italia** - ed è necessario che individui, imprese e governi collaborino per proteggere l'ambiente ed evitare un ulteriore peggioramento delle condizioni climatiche. In questo ambito le assicurazioni giocano da sempre e per loro natura un ruolo chiave, a cui siamo oggi chiamati con ancora più forza. Dall'adozione di politiche di asset allocation che ci consentano di gestire i capitali che i nostri clienti ci affidano sulla base di criteri di sostenibilità, all'impegno a far evolvere tutta la nostra catena del valore in ottica green - dall'underwriting alla gestione dei sinistri - facendo leva sia sulle nostre competenze per l'assunzione dei rischi che sulle nostre capacità di risk assessment. Per contribuire a un futuro più sostenibile per tutti».

APPENDICE

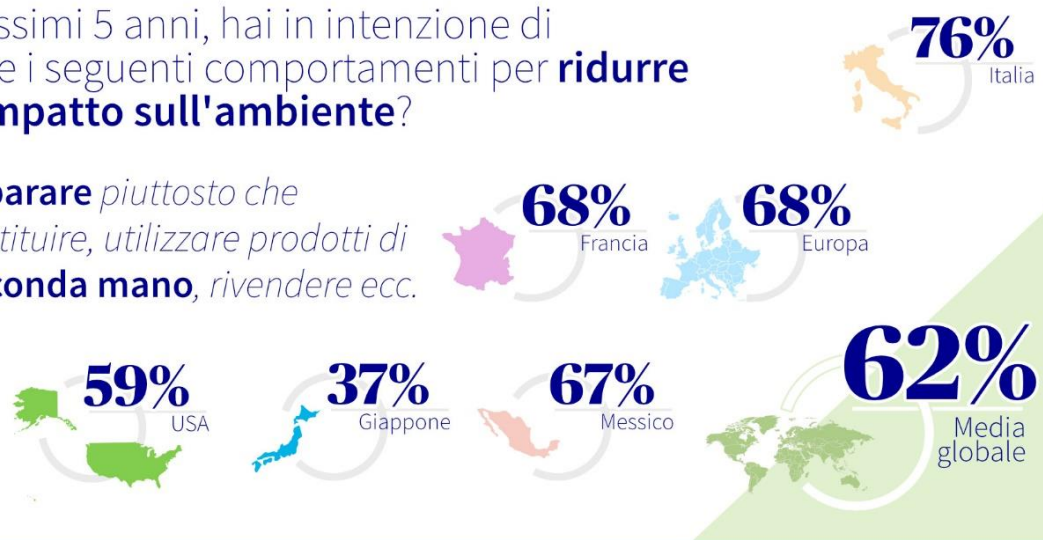


Hai vissuto personalmente il **cambiamento climatico** nella tua regione?



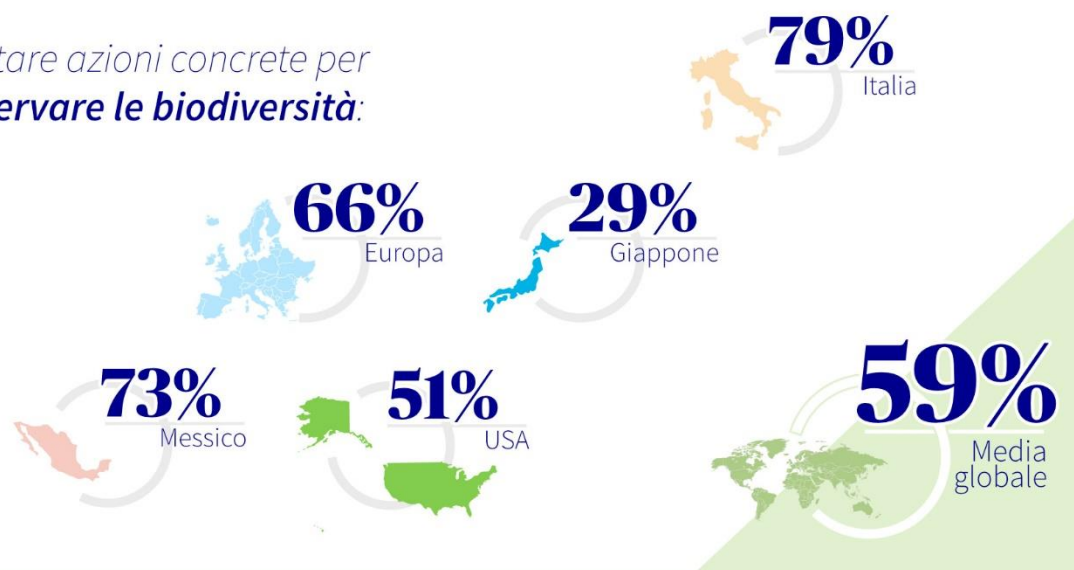
Nei prossimi 5 anni, hai in intenzione di adottare i seguenti comportamenti per **ridurre il tuo impatto sull'ambiente?**

Riparare piuttosto che sostituire, utilizzare prodotti di **seconda mano**, rivendere ecc.

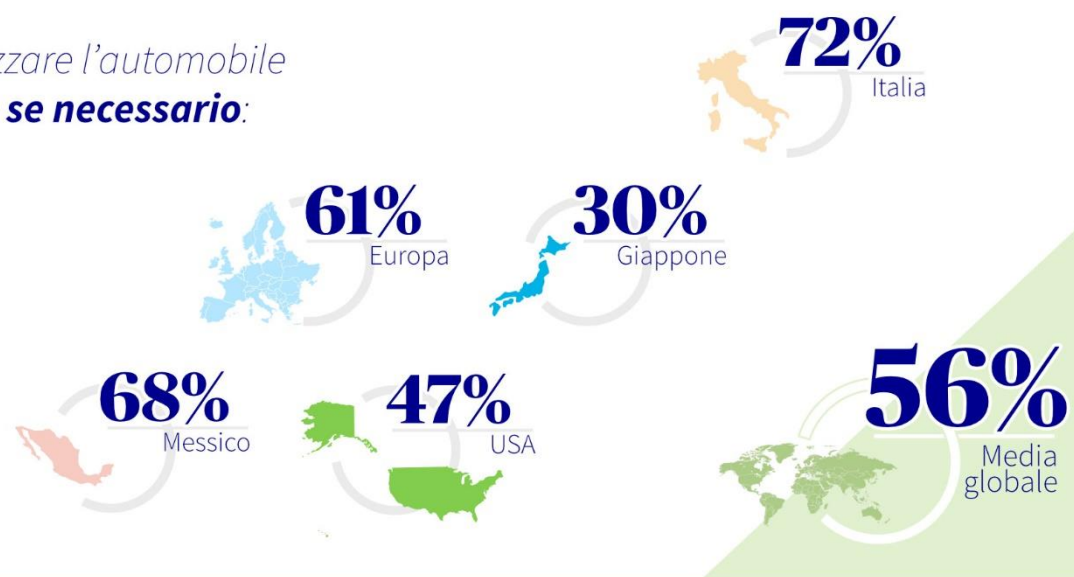




Adottare azioni concrete per preservare le biodiversità:

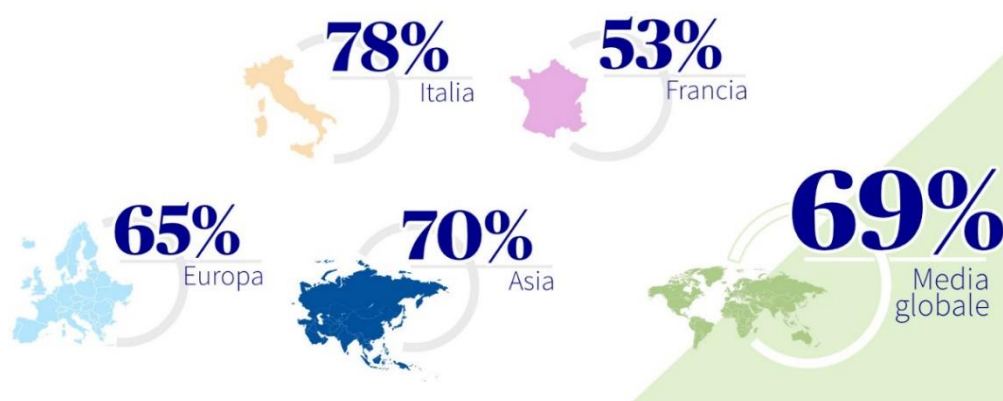


Utilizzare l'automobile solo se necessario:

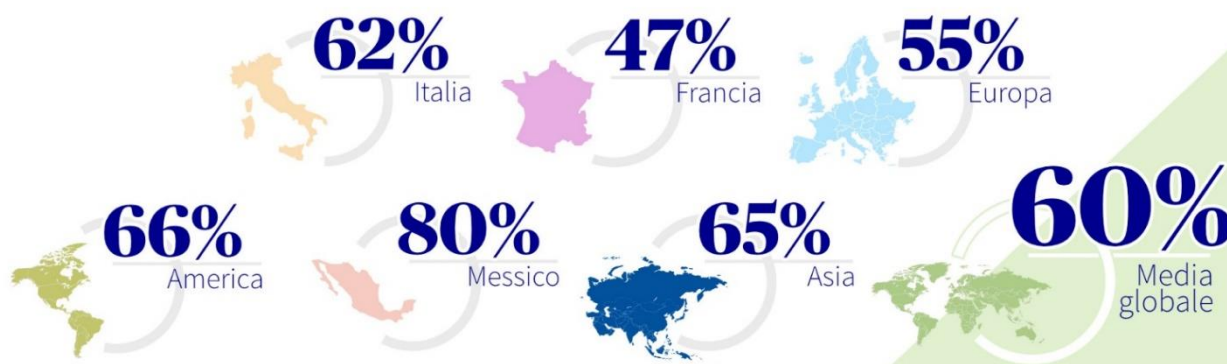




Quando ti trovi a scegliere tra compagnie di assicurazione o prodotti, quanto è importante per te il loro **impatto sull'ambiente** ed i **prodotti green** che possono proporre?

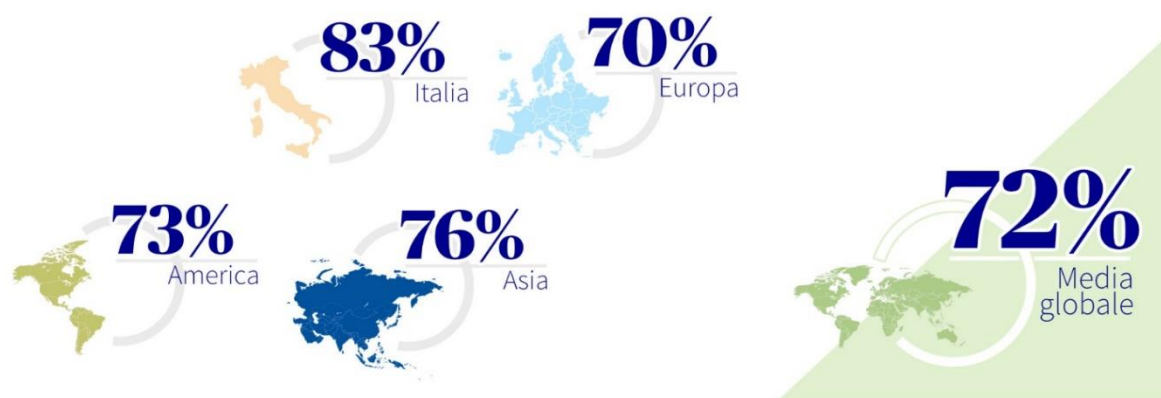


Saresti disposto a **pagare di più** il premio assicurativo se ti aiutasse ad avere un **impatto minore sull'ambiente**?

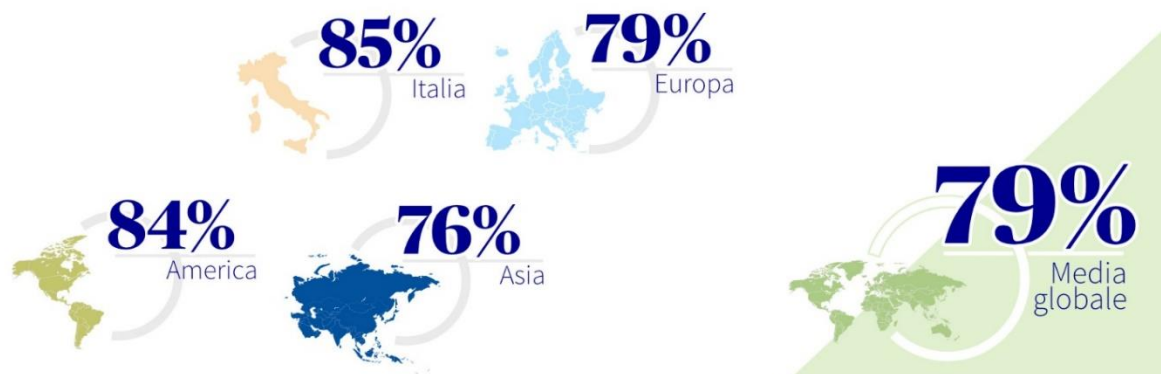




Uno **sconto sull'assicurazione** ti incentiverebbe a passare ad **un'auto elettrica o ibrida?**



Preferiresti un'assicurazione che applica uno **sconto sul premio** della **polizza casa** a fronte di **interventi per renderla più sostenibile?**





Con 149.000 collaboratori e 95 milioni di clienti in 50 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione.

La missione di AXA è aiutare i propri clienti a vivere meglio: per questo collaboratori e distributori presenti sul territorio lavorano ogni giorno per creare prodotti e servizi innovativi e diventare veri partner delle persone e della società.

In Italia oltre 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, della compagnia digitale QUIXA Assicurazioni e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia

Direttore Comunicazione, CR e Public Affairs
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa
Eleonora Mecarelli
eleonora.mecarelli@axa.it
06 50870257