

“Accentrare la complessità e distribuire semplicità”, la sfida di AXA MPS per ridefinire luoghi e linguaggi della previdenza

In un contesto di trasformazione del welfare, AXA MPS propone un nuovo approccio al tema previdenziale, fondato sul concetto di semplicità sul fronte della protezione e dell'education. Tra le iniziative proposte, “Previsio”, luogo virtuale di educazione previdenziale e il concorso “Visto con i loro occhi”, per coinvolgere le nuove generazioni nella sfida di riscrivere il linguaggio della previdenza.

Più consapevole delle trasformazioni del welfare pubblico ma ancora scarsamente preparato per affrontare la pensione: è il ritratto dell'italiano medio alla prese con il delicato argomento previdenza, come emerge dai risultati dell'edizione 2010 di **“AXA Retirement Scope”**, studio indipendente del Gruppo AXA sulle problematiche della pensione a livello internazionale.

Cresce innanzitutto il bisogno di informazione sulla pensione: 3 italiani su 4 dichiarano infatti di essere alla ricerca di informazioni sulla fase della pensione. Cambiano anche i canali utilizzati per la ricerca di informazioni: il passaparola (famiglia, amici, ambiente di lavoro) gioca un ruolo importante (44%) ma cresce soprattutto tra i giovani (25-34 anni) l'uso di Internet (42%). I giovani cercano spesso informazioni sui siti istituzionali (66%), seguiti dai siti di istituzioni finanziarie (56%) o specializzati (43%), mentre la carta stampata sembra riscuotere poco successo. Rilevante anche l'uso del web 2.0, con forum e blog utilizzati dal 38% degli intervistati.

Sul fronte della preparazione pensionistica, si evidenzia un *gap* generazionale: i giovani risultano i più previdenti se più dell' 80% dichiara di aver iniziato o che inizierà a prepararsi alla pensione, contro il 68% dei lavoratori cosiddetti “Mid-life” (fascia tra i 35 e i 49 anni) e il 56% dei lavoratori prossimi al pensionamento.

Nonostante i segnali di dinamismo, non si osserva ancora un deciso orientamento alla finalizzazione del risparmio privato a fini previdenziali. Solo 1/3 dei lavoratori ha infatti iniziato a prepararsi alla pensione, dato al di sotto della media europea (45%) e superiore solo alla Spagna.

A circa dieci anni dal lancio, il settore della previdenza complementare in Italia conta attualmente circa 5 milioni di aderenti ai diversi comparti, ma quello fra italiani e pensione continua ad essere un rapporto da migliorare. Oltre a problematiche contingenti, il vero tema è oggi la consapevolezza: il miglioramento del rapporto passa anche attraverso una seria assunzione di responsabilità da parte di tutti gli attori coinvolti nell'utilizzare un'informazione e una comunicazione chiara e trasparente sulla necessità di prepararsi per tempo alla pensione.

Un rapporto che anche AXA MPS vuole contribuire a ridefinire, sia in termini di protezione verso i nuovi bisogni previdenziali che attraverso iniziative concrete sul fronte dei linguaggi e dell'*education*, rivolgendosi anche ai giovani, che si trovano oggi di fronte ad un mercato del lavoro complesso e a confini del welfare in movimento, ma che non per questo non si troveranno in una fase del “dopo”.

*“La vera sfida sul fronte previdenziale – ha dichiarato **Silvano Andriani, Presidente di AXA MPS e Consigliere Incaricato Ania per il Welfare** – consiste nella necessità di coniugare i nuovi bisogni di una società in cambiamento con le difficoltà di un welfare al quale si chiede sempre di più. Anche il settore privato, e dunque le assicurazioni, sono più che mai chiamate in causa nel rispondere ad aspettative crescenti su un tema complesso come quello previdenziale anche attraverso modi nuovi di comunicare e raccontare la previdenza”.*

L'impegno di AXA MPS sul tema previdenziale si fonda sul concetto di **“accentrare la complessità e distribuire semplicità”**, che consiste nel farsi carico della complessità della materia lasciando all'utente solo la scelta tra soluzioni chiare e trasparenti per poter costruire consapevolmente il

futuro pensionistico. AXA MPS promuove inoltre un concetto nuovo e positivo di previdenza, intesa come un investimento sul futuro ed un progetto di lungo periodo.

Nello specifico delle soluzioni, il Gruppo è oggi tra i primi operatori del mercato previdenziale in Italia con circa 80.000 iscritti alle varie forme di previdenza complementare: soluzioni semplici e innovative che vanno dai piani individuali ai fondi pensione aperti, con una quota di mercato di circa l'8%, fino alle innovative *Long Term Care* di protezione dai rischi legati alla longevità e alla non autosufficienza che stanno riscuotendo un iniziale successo in un mercato nascente, con 1500 polizze sottoscritte a pochi mesi dal lancio.

Semplicità e trasparenza sono i concetti chiave anche alla base di iniziative sul fronte dei linguaggi e dell'*education* per favorire la diffusione di una maggiore cultura previdenziale, come nel caso di "Previsio", www.axa-mps.it/previsio, luogo virtuale che con un linguaggio semplice e un'interfaccia *user-friendly*, apre una finestra sul mondo della previdenza attraverso sezioni informative e di supporto sugli aspetti normativi e di offerta. Non solo: caratteristica peculiare del portale e novità assoluta rispetto ad altri strumenti di informazione sul *gap* previdenziale è la presenza di "Adriano", un *avatar* virtuale che attraverso un dialogo semplice e diretto accompagna l'utente in maniera interattiva in un percorso di scoperta del proprio profilo previdenziale.

Nella sua ambizione di riscrivere i luoghi e i linguaggi della previdenza, AXA MPS sceglie infine di coinvolgere i giovani nel tentativo di rendere ancora più accessibile un tema apparentemente lontano, ma che tocca direttamente il loro futuro: il lancio del portale è al centro del concorso di idee "**Visto con i loro occhi: i giovani e la previdenza**". Ai due vincitori, scelti sulla base dell'idea di futuro più creativa o della proposta più convincente per rendere più vicino il portale al linguaggio delle nuove generazioni, sarà offerta l'opportunità di uno stage in AXA MPS durante il quale l'azienda si avvarrà delle loro idee migliorare la fruibilità del linguaggio e dei contenuti di "Previsio", anche in una logica di social network. Un percorso di ascolto e coinvolgimento delle nuove generazioni, quello lanciato da AXA MPS, che proseguirà anche in futuro attraverso ulteriori iniziative.

"Come AXA MPS – ha proseguito Frédéric de Courtois, amministratore delegato di AXA MPS – vogliamo contribuire alla ridefinizione del rapporto con la previdenza, mettendo in campo la nostra expertise sul fronte previdenziale e una strategia molto chiara che condividiamo con il Gruppo Montepaschi e che consiste nell'accentrare la complessità e distribuire semplicità", sia nel linguaggio che negli strumenti, in un'ottica di education e di responsabilizzazione, perché un futuro diverso nasce anche dalla capacità e dalla consapevolezza di vedere nel lungo periodo. Soprattutto con occhi giovani".

Per maggiori informazioni sul concorso, visita la sezione dedicata all'interno del portale, www.axa-mps.it/previsio

AXA MPS

Il Gruppo AXA MPS nasce ad ottobre 2007 dalla partnership di lungo periodo tra i gruppi AXA e Monte dei Paschi di Siena. Le Compagnie AXA MPS Vita (vita e previdenza), AXA MPS Financial (compagnia vita di diritto irlandese) e AXA MPS Danni (P&C) occupano una posizione di rilievo nel mercato assicurativo italiano e offrono, attraverso la rete MPS e attraverso altre partnership bancassicurative, ampie soluzioni per qualsiasi esigenza previdenziale ed assicurativa, di risparmio, di investimento e di protezione. AXA MPS si propone quale centro di riferimento per soluzioni integrate per il vita, danni e previdenza, andando oltre il concetto di "società prodotto" verso quello di "società di servizi" a 360° che offre soluzioni specifiche per i diversi bisogni dei segmenti di clientela accompagnandoli lungo il corso della loro vita. Sito internet: www.axa-mps.it

AXA Retirement Scope: l'osservatorio mondiale del Gruppo AXA sul tema della pensione

Dal 2004 il Gruppo AXA conduce AXA Retirement Scope: un'indagine su scala mondiale per comprendere gli atteggiamenti nei confronti della pensione sia da parte dei pensionati che dei lavoratori. L'edizione 2010 ha riguardato 15 paesi (Belgio, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Ungheria, Italia, Polonia, Portogallo, Slovacchia, Spagna, Svizzera, Regno Unito, Australia, USA, Giappone). In Italia l'indagine è stata condotta da GfK Eurisko, che ha raccolto a marzo 2010 15.600 interviste attraverso domande rivolte ad un campione rappresentativo per sesso, età, censo e rappresentazione geografica. Per informazioni sulla ricerca: http://www.axa-mps.it/UfficioStampa/convegni_ricerche/Pagine/AXARicercasullapensione.aspx

Per informazioni contattare:

Relazioni con i Media AXA MPS

Isabella Falautano, Responsabile

Email: Isabella.falautano@axa-mps.it

Eleonora Mecarelli, addetta stampa

Tel: 06 50870257, Email: eleonora.mecarelli@axa-mps.it

Ufficio stampa

Adnkronos Comunicazione

Fabrizio Galassi

Tel: 06 5807568 - 366 6722512

Email: fabrizio.galassi@adnkronos.com