

AXA

COMUNICATO STAMPA

ROMA, 10 OTTOBRE 2013

Indagine AXA - IPSOS 2013 sulla percezione di Piccole e Medie Imprese e autonomi su indicatori economici e protezione assicurativa: il caso Italia

PMI E AUTONOMI: IL PEGGIO DELLA CRISI SEMBRA ESSERE PASSATO MA IL *CREDIT CRUNCH* RESTA UN NODO IRRISOLTO, PERMANGONO SOTTOASSICURAZIONE E SCARSA CULTURA DEL RISCHIO

Roma, 10 ottobre 2013 – PMI e autonomi italiani meno pessimisti verso alcuni dei principali indicatori economici. Ma se le previsioni sull'export sembrano positive, cala la propensione ad investire in innovazione, e il *credit crunch* resta il problema principale. Persiste lo stato di sottoassicurazione, complici le difficoltà economiche ma anche una scarsa cultura del rischio.

L'indagine condotta da IPSOS per AXA¹ su 8 Paesi² tra cui l'Italia, e presentata in anteprima oggi nel corso dell'Italian AXA Forum 2013, fotografa la percezione delle imprese italiane rispetto ai principali indicatori economici e il loro stato assicurativo, svelando i fattori che influenzano l'ancora limitato ricorso alla protezione assicurativa.

In dettaglio, per quanto il 54% degli intervistati registri un peggioramento del proprio **fatturato** negli scorsi 12 mesi, il 72% ritiene che nei prossimi 12 rimarrà lo stesso o andrà a migliorare. Allo stesso modo la **redditività** che – in calo nei passati 12 mesi per il 59% degli intervistati - tende alla stabilità per il 45% tra PMI e autonomi. In chiaroscuro le previsioni occupazionali: l'89% si aspetta di poter mantenere stabile il numero di dipendenti.

La positiva leva dell'export è sfruttata dal 40% delle PMI, mentre rallenta la propensione agli investimenti in innovazione, a denotare ancora una difficoltà delle aziende a proiettarsi nel lungo periodo: il 75% degli intervistati (70% PMI, 79% autonomi) non farà investimenti in innovazione.

Resta un nodo irrisolto: il *credit crunch*

Nei passati 12 mesi, il 76% degli intervistati (83% PMI, 69% autonomi) dichiara di aver avuto **problemi con il ritardo nei pagamenti** da parte dei clienti. **Il 31% delle PMI ha chiesto supporto finanziario ad una banca e di queste solo una su tre ha poi ottenuto il finanziamento.** Per questa ragione cala nel campione la propensione a chiedere finanziamenti alle banche, che nei prossimi 12 mesi scenderà dal 31% al 17%.

Il quadro non migliora quando si entra nel merito della crescita del business, su cui il *panel* di intervistati si esprime evidenziando diversi ostacoli, legati soprattutto ai **costi fissi**: la pressione fiscale (97%), l'aumento dei prezzi di benzina, energia, beni e affitti (88%), il peso della burocrazia

¹ In Italia la ricerca è stata condotta su un campione di 300 intervistati, divisi per lavoratori autonomi (autonomi o imprese con 1 solo dipendente) e PMI (imprese con più di 1 dipendente e meno di 100). Il questionario è stato somministrato dal 14 al 17 giugno 2013.

² Oltre all'Italia, anche Spagna, Portogallo, Grecia, Messico, Emirati Arabi – Abu Dhabi, Dubai, Turchia e Marocco.

amministrativa (85%). Seguono la scarsa liquidità (75%) e la scarsa domanda da parte dei clienti (74%).

Molte le paure e le incertezze, ma si è ancora poco preparati nella gestione dei rischi...

Numerose sono le incognite che spaventano PMI e autonomi. Tra i rischi a cui è esposto il proprio business, gli intervistati hanno individuato, in maniera spontanea: il default (28%), il calo della domanda (24%), la crisi (14%), la mancanza di liquidità (13%) e le tasse (9%). E su una lista di rischi suggeriti dall'indagine, l'87% del totale ha dichiarato che il costo della tassazione rappresenta il rischio maggiore per la propria attività, seguito immediatamente dalla recessione economica per l'86%, dai costi della regolamentazione per il 71%, dall'aumento dei costi fissi (energia, salari) e dai mancati pagamenti per il 69%.

Sul fronte della *business continuity*, solo 1 azienda su 10 (23% PMI e 5% lavoratori autonomi) dichiara di avere un piano per la gestione del rischio. Le ragioni risultano principalmente legate alle dimensioni ridotte del business (58% del totale) o semplicemente al fatto di non vederne la necessità (42%) o a non averci mai pensato (17%).

... E scarsa è la cultura della protezione

Interrogati sul **tipo di prodotti finanziari o assicurativi in loro possesso**, gli intervistati hanno dichiarato di possedere un conto corrente bancario (PMI 99%, lavoratori autonomi 97%) e circa la metà ha richiesto un prestito (PMI 52%, lavoratori autonomi 41%). Le polizze assicurative più comuni in loro possesso – di cui si dichiarano peraltro soddisfatti – sono Assicurazione incendio/furto ed altri danni ai beni aziendali (71%), Rc Auto (70%), Responsabilità Civile verso terzi (69%, per danni causati a terzi durante lo svolgimento del lavoro) e Responsabilità Civile del datore di lavoro (40%). Non pensano, invece, all'utilità di coperture aggiuntive e ai relativi benefici per l'azienda (ad esempio fiscali). Sono ancora poco diffuse le polizze assicurative sul capitale umano (i.e. key man, malattia per dipendenti, etc.) o coperture per responsabilità (i.e. ambientale) o per danni alla proprietà (i.e. interruzione di attività).

Protezione e canali di informazione e vendita: il web per informarsi, l'intermediario per effettuare l'acquisto

1 imprenditore su 4 ha cercato informazioni su internet prima di acquistare un prodotto assicurativo o bancario. Di questo 25%, nemmeno la metà (43%) sostiene di aver poi effettivamente acquistato il prodotto. Circa il canale attraverso cui gli intervistati desiderano ricevere informazioni su ulteriori coperture (e-mail, telefonate, lettere, ...) il preferito è senza dubbio il contatto personale (ritenuto importante da più della metà degli intervistati). La fonte principale di consulenza professionale rimane quella dei commercialisti (81% degli intervistati, di cui PMI il 77%, autonomi l'85%). Seguono le reti assicurative, scelte dal 26%, che assumono – insieme agli *advisor* bancari - un ruolo centrale di interlocutori nella consulenza su prodotti e servizi di protezione.

Assicurazione e accesso al credito: un circolo virtuoso su cui lavorare in termini di cultura assicurativa, con un ruolo chiave per le compagnie

Sebbene il *panel* di intervistati riconosca il ruolo delle assicurazioni come interlocutori nella consulenza su prodotti e servizi di protezione, sussiste ancora una **scarsa consapevolezza sul ruolo dell'assicurazione come facilitatore dell'accesso al credito**. È ancora alto, infatti, il numero (39% PMI e 42% autonomi) di coloro che ritengono che l'assicurazione non faciliti l'accesso al credito, per quanto 1 intervistato su 3 ci creda e il 28% degli autonomi e il 25% delle PMI ritenga che sia una possibilità.

*“L’indagine AXA-IPSOS – ha sottolineato **Frédéric de Courtois, Amministratore Delegato di AXA in Italia** – conferma lo stato di cronica sottoassicurazione delle PMI e degli autonomi italiani. In Italia la penetrazione assicurativa resta tra le più basse in Europa sul settore danni non auto, con una spesa assicurativa delle PMI italiane pari ad 1/3 della media europea. Si tratta di un fatto non solo economico e sociale, ma soprattutto culturale. È nostro dovere accompagnare le imprese, soprattutto in momenti di difficoltà, verso una migliore comprensione dei molteplici rischi a cui possono andare incontro, offrendo risposte semplici e servizi di consulenza di qualità”.*

“Occorre inoltre – ha proseguito de Courtois – un lavoro di sensibilizzazione sul ruolo dell’assicurazione come facilitatore nell’accesso al credito, per favorire l’instaurarsi di un ciclo virtuoso in grado di garantire reciproci benefici: oltre che per la Compagnia, innanzitutto per il cliente, perché più è protetto, maggiori sono le sue possibilità di accedere al credito e per le banche, perché un cliente protetto è anche più affidabile”.

AXA Assicurazioni

AXA Assicurazioni opera capillarmente sul territorio nazionale tramite una rete composta da circa 660 agenzie e circa 1200 collaboratori. Distribuisce attraverso il canale agenziale prodotti assicurativi dedicati alla persona, alla famiglia e all’impresa; fornisce le soluzioni più adeguate per ogni esigenza di protezione del patrimonio e dei beni accompagnando i clienti in ogni fase della loro vita. Attraverso il suo servizio di consulenza personalizzata volto alla protezione completa, propone forme innovative di previdenza, di risparmio e di investimento. Sito internet: www.axa.it

AXA MPS

AXA MPS, protagonista del mercato italiano della protezione in banca nel vita, danni e nel business previdenziale, nasce nell’ottobre 2007 dalla partnership strategica di lungo periodo tra i Gruppi AXA e Montepaschi ed offre, tramite la rete di sportelli bancari, soluzioni e servizi assicurativi adatti a qualsiasi esigenza della clientela. AXA MPS opera tramite le compagnie AXA MPS Assicurazioni Vita, nata nel 1991 come Montepaschi Vita, primo esempio di bancassicurazione in Italia, AXA MPS Assicurazioni Danni, operativa dal 1974 e specializzata nei rami danni e AXA MPS Financial, compagnia specializzata nei prodotti finanziari. Sito internet: www.axa-mps.it

Media Relations AXA Assicurazioni e AXA MPS

Isabella Falautano
Responsabile Communication, Corporate responsibility
& Public affairs
isabella.falautano@axa.it
Tel. 06 50870297

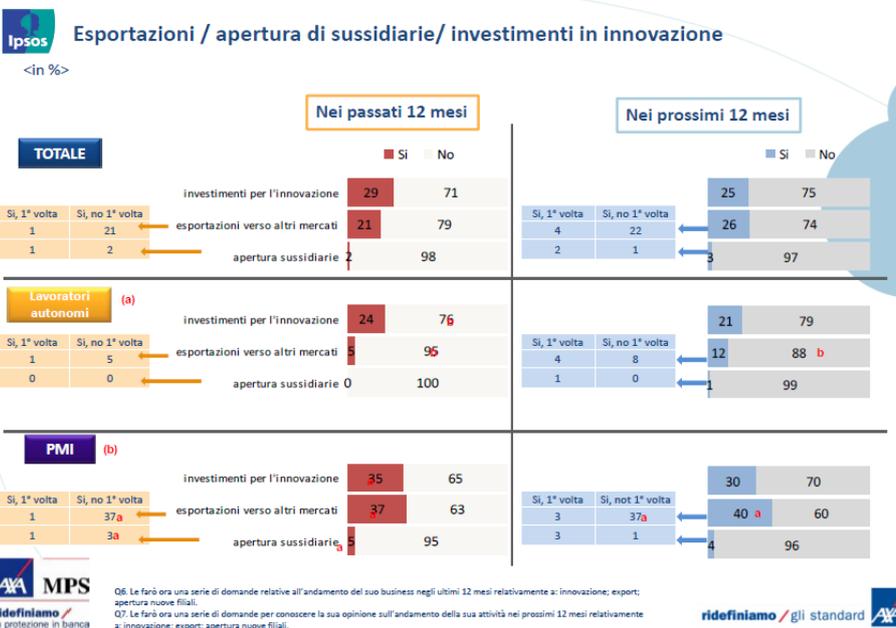
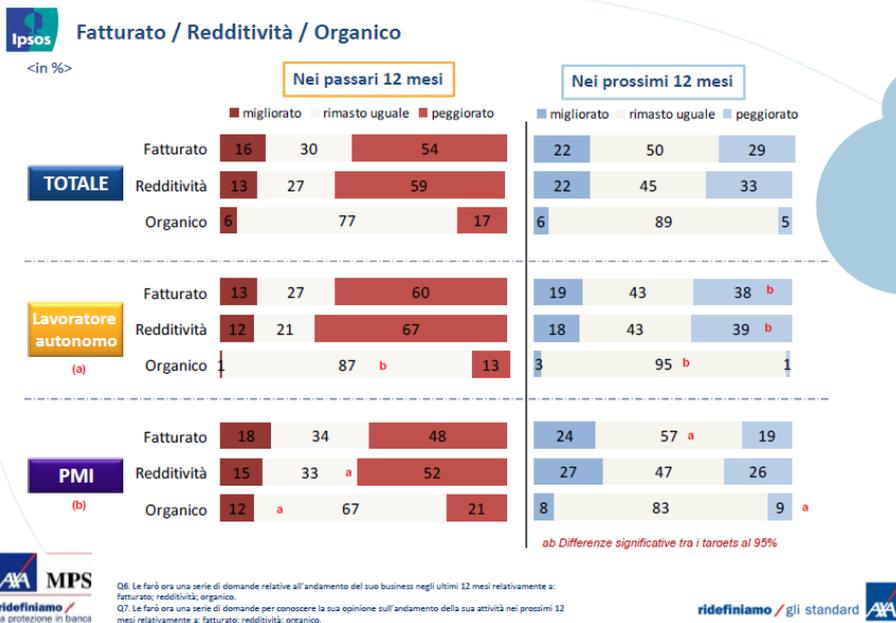
Nicoletta Debernardis
Addetta stampa AXA Assicurazioni
nicoletta.debernardis@axa.it
Tel. 02 48084575

Eleonora Mecarelli
Addetta stampa AXA MPS
eleonora.mecarelli@axa-mps.it
Tel. 06 50870257

Ufficio Stampa

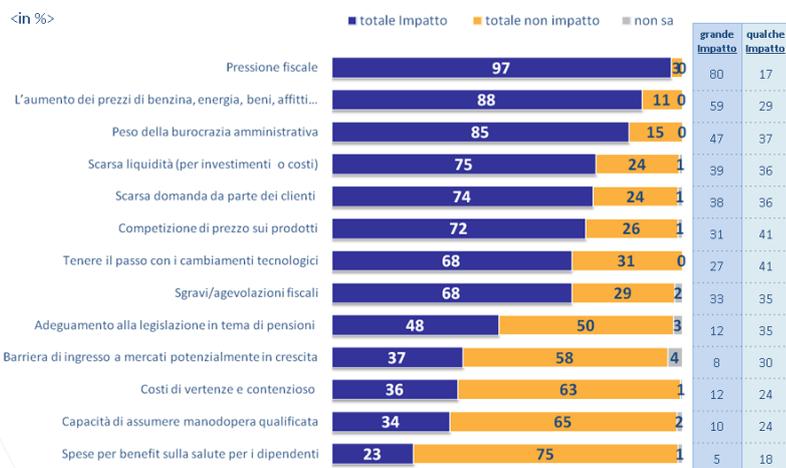
Emanuela Locci Tel. 02 77336248
emanuela.locci@publicisconsultants.it
Carla Trigilia – Tel. 02 77336263
carla.trigilia@mslgroup.com

APPENDICE



Ipsos Ostacoli alla crescita

TOTALE



Q9. Quale impatto avranno nella crescita del suo business (nei prossimi 12 mesi) i seguenti fattori:

ridefiniamo / gli standard AXA

Ipsos Rischi per il Business (Spontaneo)

<in %>



Q10. Secondo Lei quali sono i principali rischi che l'azienda sta affrontando?

ridefiniamo / gli standard AXA

Ipsos Rischi per il Business (Sollecitato)
<in %>

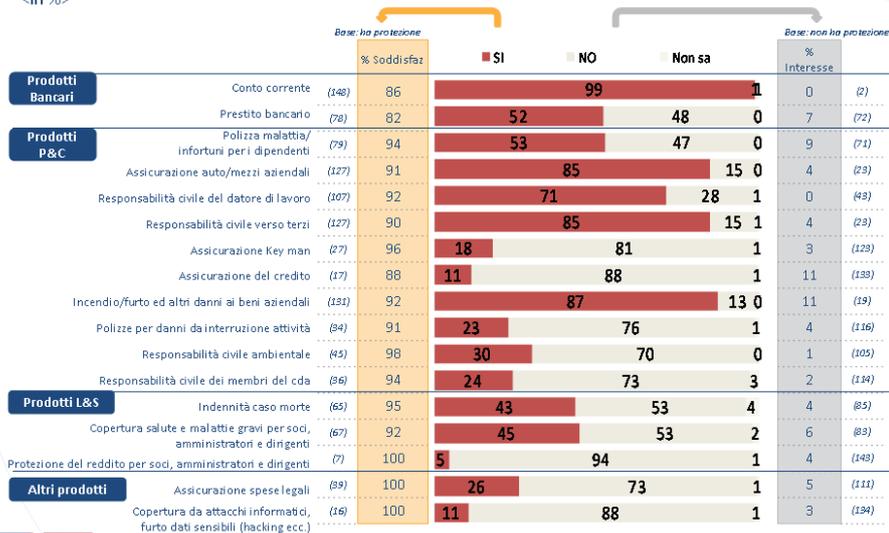


Q11. Oltre a quelli che mi ha già indicato, quali dei seguenti rischi sta affrontando la sua azienda?



Ipsos Protezione della Compagnia
<in %>

PMI



Q14a. Le leggerò ora un elenco di prodotti bancari e assicurativi. Per ciascuno di essi mi potrebbe dire se la possiede?
Q14b. E' soddisfatto?
Q14c. Le leggerò ora l'elenco dei prodotti bancari/assicurativi non posseduti dalla sua azienda, potrebbe dimmi se è interessato a sottoscriverli?





Utilizzo Internet per l'acquisto di prodotti finanziari

<in %>



Base: Coloro che hanno informazioni (76)

(43)*

* Base ridotta

(33)*

Alla fine hanno comprato?

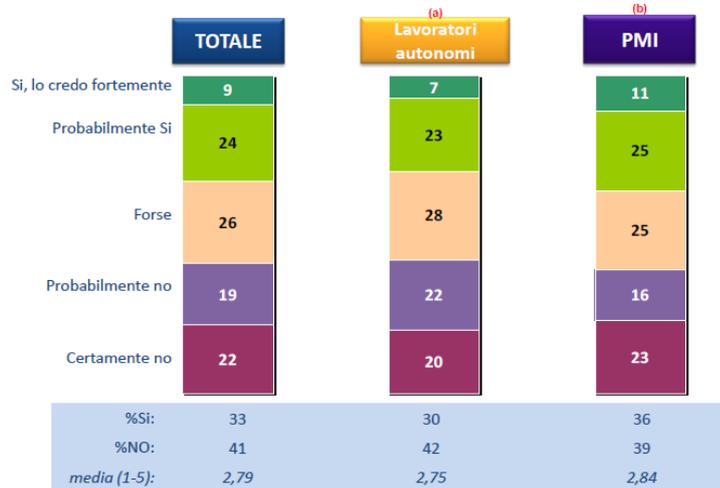


Q17. Nel corso dell'ultimo anno prima di acquistare un prodotto assicurativo e/o bancario, Lei ha cercato informazioni su Internet?
Q19. In seguito a queste ricerche su Internet, ha poi acquistato il prodotto?



L'Assicurazione facilita l'accesso al credito

<in %>



Base: TOTALE (300) / Lavoratori autonomi (150) / PMI (150)
QB. Do you believe that if you have insurance it is going to facilitate the access to the credit of a financial entity?

ab Differenze significative tra i targets al 95%

Ipsos InnoQuest