

Italiani alla ricerca della fiducia perduta

Un calo di fiducia a livello sistemico investe anche la famiglia, tradizionale perno di stabilità e solidarietà intergenerazionale. Basso il consenso nei confronti delle principali Istituzioni, ma l'incertezza sul futuro apre nuovi scenari per il settore assicurativo, in una logica di partnership pubblico-privata

Gli italiani hanno perso la fiducia. Lo studio realizzato da **GPF per l'Italian AXA Forum**, evento annuale di riflessione sugli scenari della finanza e sul ruolo sociale del comparto assicurativo, mostra come la fiducia verso il futuro e verso le capacità di ripresa del Paese abbia raggiunto in Italia il livello minimo degli ultimi vent'anni, mentre resta sempre molto bassa quella verso le Istituzioni, nonostante il leggero incremento registrato nell'ultimo anno*.

La crisi tra ieri e oggi

La percezione della situazione generale del Paese rimane stabile rispetto all'anno scorso, confermando la persistenza di oggettive difficoltà materiali cui si accompagna sul piano psicologico un clima di allerta e preoccupazione. La maggioranza degli intervistati (49%, con un aumento del 3% rispetto al 2009) ritiene la situazione immutata e il 39% meno sicura. Le previsioni di spesa degli italiani contribuiscono a restituirci un'immagine della società in crisi, sia per quanto riguarda l'effettiva disponibilità economica (il 40% degli intervistati dichiara di avere meno soldi rispetto al passato), sia per ciò che concerne la previsione di spesa (il 64% dichiara di prevedere una riduzione degli acquisti).

Crolla il sostegno intrafamiliare e crescono le preoccupazioni per le nuove generazioni

Il dato più allarmante riguarda la "solidarietà intrafamiliare": il calo della disponibilità di spesa erode il più importante fattore di integrazione del welfare, che ha da sempre caratterizzato la società italiana e mitigato gli effetti del progressivo contenimento della spesa pubblica (il 28% indica "l'impossibilità di aiutare i familiari" tra gli effetti della crisi). Soprattutto gli italiani non sono più tanto sicuri di poter riuscire ad aiutare i propri figli: per il 65,5% degli intervistati c'è la paura di non poterli aiutare perché la famiglia sta diventando più povera e si percepisce un progressivo peggioramento delle possibilità individuali e sociali. I due effetti più temuti della crisi sono proprio l'aumento della disoccupazione e della precarietà giovanile. Addirittura il 78,2% degli intervistati, quasi il 10% in più rispetto all'anno precedente, pensa che "le prossime generazioni avranno minori disponibilità economiche e prospettive di carriera".

Ridefinizione del concetto di fiducia e voglia di futuro nonostante il clima di incertezza

Dall'indagine emerge, per quanto riguarda il clima sociale, una vera e propria ridefinizione del concetto di fiducia: si affermano innanzitutto modalità di fiducia meno ideali, più paritarie e più pragmatiche, legate maggiormente alla dimensione del fare. Pur in un contesto generale di incertezza, il valore sociale della fiducia rimane intatto ed essa diviene anzi il fattore decisivo per mitigare l'incertezza e conoscere i rischi riguardanti il futuro. Si assiste a livello sociale anche nell'affermazione di meccanismi innovativi di reazione e ricostruzione della fiducia, mediante movimenti dal basso (ad esempio il terzo settore) o nel web (come le community), in cui centrale risulta il concetto di reciprocità. Una fiducia di tipo relazionale dunque. Questi meccanismi riguardano però esclusivamente l'ambito delle relazioni personali, perché manca la capacità di individuare valori e codici di comportamento comuni, un sistema di riferimento condiviso.

Fiducia nelle istituzioni? Sì, ma...

Nello specifico del rapporto di fiducia verso le istituzioni, è significativo che ai primi posti della classifica, dopo polizia (70,6%), carabinieri (69,2%) e medici di base (67,7%), compaiano le organizzazioni dei consumatori (61,8%), quelle ambientaliste (60%) e, poco più in basso, le Organizzazioni non governative (58,3%) e le no profit (54,6%), istituzioni non verticistiche che dimostrano la scarsa fiducia nelle organizzazioni "top". Al centro classifica, stazionario il consenso verso la Chiesa (50,7%), mentre salgono Magistratura (54,4%) e Unione Europea (54,2%). Fanalini di coda le istituzioni finanziarie con il 25,6% anche se in crescita rispetto all'anno precedente ed i partiti politici con il 18%.

Assicurazioni chiamate in causa: nuove sfide e opportunità per una partnership pubblico-privata

In questo contesto il comparto assicurativo è chiamato a ricostruire e ridefinire il rapporto fiduciario con il consumatore e assumere fino in fondo la responsabilità del ruolo che esso riveste nella società.

*“Una fase di incertezza come quella attuale può aprire opportunità di rilancio del sistema attraverso il ripensamento del welfare pubblico e la ridefinizione degli equilibri pubblico e privato – ha dichiarato **Silvano Andriani, Presidente di AXA MPS e Consigliere Incaricato Ania per il Welfare.** “E’ arrivato il tempo di una forte azione collettiva, per fare insieme alla politica, ai regolatori e ai consumatori un discorso responsabile in cui l’assicurazione può essere una soluzione ai grandi problemi della società che sono -al di là della crisi- l’invecchiamento della popolazione (previdenza e non autosufficienza) e i cambiamenti climatici. E trovare, quindi, ambiti virtuosi in cui fare insieme un gioco a somma positiva a vantaggio della società”.*

** Monitor Socioculturale 3SC – GPF, studio quantitativo continuativo basato su un campione di 2.500 casi (campione rappresentativo della popolazione italiana di età tra i 15 e i 74 anni), completato da una analisi qualitativa. I dati sono relativi a un confronto 2009/2010 e anni precedenti.*

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. AXA MPS unisce in sé la competenza storica ed il tradizionale radicamento sul territorio del Gruppo Montepaschi con la leadership internazionale di AXA nella protezione finanziaria. 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.

AXA Assicurazioni

AXA Assicurazioni opera capillarmente sul territorio nazionale tramite una rete composta da 739 agenzie e 1263 collaboratori. Distribuisce attraverso il canale agenziale prodotti assicurativi e finanziari 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.

Per informazioni contattare:

Relazioni con i Media AXA MPS e AXA Assicurazioni

Isabella Falautano, Responsabile Corporate Communication & Public affairs
AXA MPS e AXA Assicurazioni
Email: Isabella.falautano@axa-mps.it
Eleonora Mecarelli, addetto stampa
Tel: 06 50870257
Email: eleonora.mecarelli@axa-mps.it

Ufficio stampa dell'evento:

Adnkronos Comunicazione
Fabrizio Galassi
Tel: 06 5807568 - 366 6722512
Email: fabrizio.galassi@adnkronos.it