

Più consapevole ma ancora poco preparato: l'identikit dell'italiano medio alle prese con il tema "pensione" secondo la ricerca AXA sulla pensione

AXA MPS e AXA Assicurazioni presentano in Italia la nuova edizione dell'osservatorio internazionale "AXA Retirement Scope"

Milano, Roma, 30 novembre 2010 – Italiani meno preoccupati di quanto non fossero tre anni fa rispetto al proprio tenore di vita futuro nel periodo della pensione. La propensione al risparmio rimane una risorsa fondamentale per gli italiani grazie al loro approccio realistico, ma non emerge ancora un forte orientamento alla finalizzazione del risparmio privato a fini previdenziali. Sono alcune delle evidenze che emergono dall'**AXA Retirement Scope 2010**, l'indagine condotta da GFK Eurisko per il Gruppo AXA su scala mondiale, con l'obiettivo di comprendere gli atteggiamenti nei confronti della pensione da parte di pensionati di oggi e di domani.

Italiani più ottimisti rispetto a 3 anni fa nel guardare al proprio futuro pensionistico

Rispetto alla precedente edizione di AXA Retirement Scope (rilevazioni effettuate nell'estate del 2007) gli italiani si dimostrano più sereni verso la pensione. Che lavori o sia già in pensione, la popolazione intervistata è mediamente positiva quando pensa allo standard di vita in pensione: 6 lavoratori su 10 prevedono un reddito da pensione sufficiente; il 57% dei pensionati è soddisfatto del proprio reddito, anche se il livello di soddisfazione varia a seconda della fascia di reddito di appartenenza.

È piuttosto positiva anche l'immagine della "vita da pensionati" degli italiani – i più ottimisti tra i Paesi coinvolti nella ricerca - in particolare i lavoratori: perché si ha più tempo per prendersi cura di sé (90% dei lavoratori, 82% dei pensionati) o da trascorrere con la famiglia (89% dei lavoratori, 87% dei pensionati) o da dedicare all'impegno sociale e a progetti a carattere associativo (78% dei lavoratori, un dato composto per l'86% da donne; 65% dei pensionati). Meno ottimisti i pensionati, per cui spesso la pensione rappresenta una fase della vita legata a ristrettezze economiche (58%, di cui 67% sono donne) o a vecchiaia, malattia, dipendenza da terzi (59%).

Gli italiani e l'età pensionabile

Emerge un paradosso sulle opinioni relative all'età pensionabile: i lavoratori vogliono andare in pensione presto, a 57 anni, e sono tra i più contrari nel mondo industrializzato ad alzare l'età minima pensionabile: dice di no il 69%, preceduto solo da Spagna (74%) e Germania (71%); l'idea di un possibile innalzamento dell'età minima pensionabile sta invece prendendo piede tra i giovani, consapevoli di dover andare in pensione più tardi rispetto ai loro predecessori.

Nonostante alcuni segnali positivi, emerge un realismo di fondo sul futuro

L'aumento della soglia dell'età pensionabile, le trasformazioni del welfare pubblico e la crisi economica sono tra le principali leve che spingono il risparmio degli italiani. Gli italiani si confermano tra i maggiori risparmiatori d'Europa: i lavoratori risparmiano in media 488 euro al mese (5857 € all'anno), mentre i pensionati 382 euro (4581 € all'anno), molto più che negli altri Paesi europei e al terzo posto nelle classifiche internazionali.

Per quanto riguarda il dettaglio del portafoglio degli italiani, i prodotti bancari hanno la maggiore diffusione (il 93% dei lavoratori e l'89% dei pensionati dichiarano di possedere un prodotto bancario), ma emerge una propensione alla diversificazione delle risorse finanziarie, in particolare attraverso prodotti assicurativi: questi ultimi sono posseduti dal 51% dei lavoratori e dal 28% dei pensionati, un tasso di penetrazione che resta comunque inferiore rispetto ad altri Paesi. Rimane bassa la penetrazione di prodotti di protezione e per la salute rispetto agli altri Paesi: i prodotti di protezione sono posseduti in Italia dal 23% dei lavoratori e dal 10% dei pensionati, contro una media europea pari rispettivamente al 35% e al 38%. Per quanto riguarda i prodotti assicurativi per la salute, solo il 14% dei lavoratori e il 10% dei pensionati ne possiede uno (la media in Europa è pari al 38% per i lavoratori e al 37% per i pensionati).

Sono in particolare i giovani lavoratori di età compresa tra i 25 e i 34 anni e i cosiddetti "Mid-life" della fascia compresa tra i 35 e i 49 anni, a scegliere i prodotti assicurativi come formula di risparmio. Consapevoli che riceveranno meno a causa della riforma del sistema del welfare, con il passaggio dal modello retributivo a quello contributivo, iniziano infatti ad avvertire la necessità di aumentare il loro reddito da pensione mediante una pianificazione alternativa individuale.

Prepararsi alla pensione: le scelte degli italiani

Nonostante la maggiore consapevolezza degli italiani sui cambiamenti del welfare pubblico, non emerge ancora un forte orientamento alla finalizzazione del risparmio privato a fini previdenziali. Gli italiani risultano meno previdenti rispetto alla media europea in termini di preparazione alla pensione, un trend in aumento rispetto al 2007. Solo un terzo dei lavoratori ha iniziato a prepararsi alla pensione, dato al di sotto della media europea (45%) e superiore solo alla Spagna. E il 40% inizierà in un prossimo futuro. Le evidenze sono analoghe per i pensionati: il 27% ha iniziato a preparare il periodo della pensione durante il lavoro, e il 42% non lo ha fatto ma sostiene che avrebbe voluto.

Qualcosa, comunque, nel nostro Paese sta cambiando. A livello generale le opinioni sulla capacità delle istituzioni finanziarie di proteggere gli standard di vita durante il periodo della pensione sono piuttosto diversificate: abbastanza positive quelle dei lavoratori rispetto ai pensionati (51% vs 40%) e, fra i primi, dei giovani lavoratori rispetto a quelli di mezza età e quelli prossimi alla pensione, i cosiddetti "End-Working" compresi nella fascia dai 50 ai 64 anni (il 58% vs rispettivamente il 49% e il 43%). Sono soprattutto i giovani a comprendere la necessità di uno sforzo di responsabilizzazione individuale per affrontare con maggiore serenità il proprio futuro pensionistico: la pensa in questo modo il 41%, mentre i lavoratori vicini alla pensione continuano a fare affidamento sulla pensione statale (76%). I giovani si rivelano i più previdenti: più dell'80% ha infatti iniziato o inizierà a prepararsi alla pensione, contro il 68% dei lavoratori "Mid-life" e il 56% dei lavoratori prossimi alla pensione. La vulnerabilità del sistema pensionistico è la principale motivazione per la preparazione individuale alla pensione dei lavoratori (60%), analoga circostanza riscontrabile anche a livello europeo.

Alla domanda "Quale prodotto sceglierebbe se dovesse investire per prepararsi alla pensione?", i prodotti assicurativi diventano i preferiti, anche se i prodotti immobiliari e bancari restano asset indiscussi di elevato valore. Altri prodotti assicurativi (protezione e salute) appaiono caratterizzati da minore attrattività, ma mostrano trend interessanti. Nella preparazione alla pensione si osserva tra i giovani una maggiore tendenza alla diversificazione degli investimenti: a confronto con altre fasce di età, mostrano una maggiore propensione ed interesse verso prodotti diversi, compresi quelli previdenziali.

Gli obiettivi legati alla scelta di un prodotto sono vari: garantire un livello sufficiente di reddito da pensione, assicurare un capitale o un rendimento, avere un "salvadanaio" per affrontare bisogni e possibili difficoltà personali o per finanziare progetti.

Nello specifico dei prodotti per costruire la propria pensione, tra i requisiti richiesti, occupa il primo posto per italiani e francesi la possibilità di trasmettere il capitale agli eredi, molto più di quanto si osserva in altri Paesi, seguita dal capitale garantito, a conferma della tradizionale vocazione degli italiani al risparmio, e infine dalla rendita vitalizia.

La scelta del canale distributivo

La scelta del canale distributivo dipende dalla tipologia di prodotto: in generale la distribuzione di prodotti finanziari, come i prodotti di risparmio, è dominata dalle banche e quella di prodotti assicurativi dalle assicurazioni. Per la sottoscrizione di un prodotto pensionistico, le assicurazioni sono al primo posto seguite subito dopo dalle banche (43% e 33%).

*"AXA Retirement Scope – ha dichiarato **Frédéric de Courtois, amministratore delegato di AXA MPS** - è un esempio dell'impegno di tutto il gruppo AXA nel contribuire in maniera significativa al dibattito sul grande tema della previdenza. Le assicurazioni possono oggi dare un contributo importante alla costruzione del welfare del futuro, non solo garantendo un'adeguata protezione verso i bisogni previdenziali, ma anche attraverso un impegno concreto sul fronte dell'education per favorire la diffusione di una maggiore cultura previdenziale, con particolare attenzione ai giovani, i più colpiti dalle trasformazioni del welfare pubblico. Solo una conoscenza adeguata dei cambiamenti in atto può infatti favorire meccanismi di scelta responsabili".*

*"Di fronte all'emergere di nuovi bisogni collegati ad una società in cambiamento – ha proseguito **Andrea Rossi, amministratore delegato di AXA Assicurazioni** - si rende quanto mai necessario un profondo ripensamento del sistema e una ridefinizione degli equilibri tra pubblico e privato. Le nuove sfide previdenziali impongono una visione di lungo periodo da parte di tutti i soggetti coinvolti e l'affermazione di un welfare sistemico, che preveda ruoli più attivi e risposte concrete alle nuove esigenze della collettività".*

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.

Una finestra aperta sulla percezione nel tempo da parte dei pensionati di oggi e di domani, con confronto internazionale

La dimensione temporale è una caratteristica peculiare della ricerca, che analizza anno dopo anno il vissuto dei pensionati e la percezione associata alla pensione da parte di chi ha ancora una vita attiva, evidenziando cambiamenti, dinamiche e prospettive. La ricerca si basa, inoltre, su un confronto sistematico dei risultati per ciascuno dei 15 Paesi esaminati, inserendosi in un contesto internazionale. In tal senso, AXA Retirement Scope si configura come una grande finestra aperta sul mondo della pensione, dalla quale è possibile osservare e analizzare desideri, speranze, bisogni, paure e stati d'animo dei pensionati di oggi e di domani.

La previdenza: una priorità per il Gruppo AXA, anche in un'ottica di education

AXA Retirement Scope è un esempio concreto dell'impegno di AXA, e dunque anche delle compagnie del Gruppo in Italia sul tema della previdenza, che nasce per comprendere meglio le problematiche della pensione a livello mondiale e per conoscere opinioni, sentimenti, comportamenti e problemi finanziari relativi alla pensione. L'ascolto dei bisogni e delle aspettative dei consumatori costituisce infatti per AXA una premessa indispensabile per poter identificare soluzioni assicurative tagliate sulle reali esigenze dei clienti.

Non solo: l'obiettivo del Gruppo, infatti, è anche quello di contribuire in maniera significativa al dibattito, comune a tutti i Paesi sviluppati, sul futuro del sistema previdenziale. In un contesto contrassegnato da una generale ridefinizione dei confini del welfare e da un'evoluzione in ambito previdenziale verso sistemi fondati sulla capitalizzazione e il risparmio individuale, il sistema privato, e in particolare il settore assicurativo, svolgono un ruolo sempre più importante nel favorire la diffusione di una maggiore cultura della previdenza, con particolare attenzione ai giovani, attraverso iniziative di sensibilizzazione ed education.

I risultati della nuova edizione dell'indagine AXA Retirement Scope sono presentati in Italia da AXA Assicurazioni e da AXA MPS.

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 più di 730 agenzie e circa 1200 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 Gruppo AXA MPS e AXA Assicurazioni

Isabella Falautano, Responsabile Corporate Communication & Public affairs

Tel. 06 50870257

Email: isabella.falautano@axa-mps.it; isabella.falautano@axa-assicurazioni.it

Ufficio stampa:

Publicis Consultant Italia

Emanuela Locci – Rossana Persolja

Tel. 02 77336248 - 02-30353328

Email: emanuela.locci@publicisconsultants.it - rossana.persolja@publicisconsultants.it