

# AXA

## COMUNICATO STAMPA

MILANO, 28 OTTOBRE 2015

Dall'analisi Episteme per AXA

### ITALIANI PIU' CONSAPEVOLI MA ANCORA DISORIENTATI SU RISCHI EMERGENTI.

- il 71% degli italiani si sente quotidianamente esposto a rischi denotando un clima sociale di incertezza, in cui perdura una percezione di crisi legata all'incapacità di riconoscere tutti i rischi;
- se il 50% dichiara di sentirsi sereno perché ha già fatto tutto il possibile per limitare gli effetti negativi di un evento improvviso, l'altra metà degli intervistati si sente inquieta, scoperta e consapevole di dover fare di più per proteggersi;
- per le assicurazioni una richiesta: il 78% richiede di agire nella direzione della prevenzione, oltre che della protezione in fase di problema conclamato.

*Milano, 28 ottobre 2015* – La ricerca **'Gli italiani, la percezione dei nuovi rischi emergenti e il rapporto con il settore assicurativo'**<sup>1</sup>, condotta da Episteme per AXA Italia e presentata in anteprima oggi nel corso dell'**Italian AXA Forum 2015**, conferma che **il 71% degli italiani si sente esposto a rischi nella vita quotidiana.**

L'indagine rivela una fotografia degli italiani nella loro percezione dei nuovi rischi emergenti, nelle loro caratteristiche, bisogni e aspettative, nonché nel possibile ruolo attribuito alle assicurazioni.

Una percezione del rischio in costante crescita, amplificata da una moltitudine di interconnessioni presenti nel mondo di oggi. Nel 2015, infatti, ben **oltre il 60% della popolazione italiana dichiara di "avere impressione di essere circondato dai pericoli**, di dover stare costantemente sul chi va là". Un'insicurezza che grava sul presente come sull'idea di futuro, con il 26,4% degli italiani fermamente o abbastanza (52,6%) convinto che quel che ci aspetta non sarà nulla di buono.

*"Dalle interviste si comprende pienamente come il senso di insicurezza sia fortemente connesso a uno spaesamento cognitivo generale – afferma **Monica Fabris, Presidente di Episteme.** – Lo è a tal punto che si fa strada una nuova accezione di sicurezza, che*

<sup>1</sup> Circa 4700 interviste CAWI (computer-assisted web interviewing) a un campione di 2000 individui dai 15 ai 74 anni, effettuate tra luglio e agosto 2015.

*coincide con la comprensione e con la conoscenza di ciò che ci circonda. È così che per sentirsi al riparo dai pericoli occorre saper riconoscere i nuovi rischi.”*

In un panorama così complesso, gli italiani sviluppano e rafforzano una **tendenza generale alla cautela**: oltre il 30% degli intervistati pensa, infatti, che vivere in sicurezza significhi soprattutto evitare le situazioni rischiose, in qualche modo dunque arrendersi alle difficoltà più che imparare a gestirle. Segue un 25,3% che, invece, associa la sicurezza all'essere preparato e ben informato prima di fare qualsiasi cosa, un 15,9% che si affida al buonsenso, un 10,8% che cerca un piano B nel caso qualcosa andasse storto e con solo un 7,7% che si rassicura al fatto di sapere che in un modo o nell'altro qualcuno lo aiuterà.

Nonostante l'atteggiamento precauzionale, gli italiani devono fare i conti con gli eventi imponderabili e imprevedibili. **E qui si presenta la spaccatura: il 50% dichiara di sentirsi sereno** perché ha già fatto tutto il possibile per limitare gli effetti negativi di un evento improvviso, contro **il 50% che si sente inquieto, scoperto e consapevole di dover fare di più per proteggersi.**

**Cresce la domanda di protezione**: l'insicurezza diffusa e la paura verso ciò che non è conosciuto innescano delle **reazioni positive**, che si concretizzano in una crescita della domanda di protezione. **L'85% delle persone intervistate vorrebbe fare di più per “mettere al riparo” se stesse e le loro famiglie.** La richiesta di protezione è alta, in particolare, in riferimento a due tematiche che trovano sempre più spazio nell'attualità: **il cambiamento climatico, le catastrofi naturali e la salute.**

### **Catastrofi naturali e cambiamento climatico**

I fenomeni che coinvolgono la natura preoccupano nel complesso il 40% degli intervistati: il 22,6% teme fenomeni naturali estremi (terremoti, eruzioni vulcaniche, alluvioni, frane, siccità ecc.), il 10,7% i disastri ambientali causati dall'antropizzazione (come disastri industriali, contaminazioni, perdita della biodiversità), mentre il 6,8% ha paura degli effetti del cambiamento climatico (come l'innalzamento delle temperature o del livello del mare).

Se interrogati sulla probabilità che un evento negativo si abbatta sull'Italia, poi, i rispondenti indicano nei fenomeni naturali estremi l'accadimento più prossimo (29,7%). Analizzando le singole voci che compongono la categoria, sono gli eventi più frequenti nel nostro territorio a spaventare in modo maggiore gli italiani: nubifragi, siccità, aumento delle temperature, terremoti, alluvioni e frane.

## La salute

Anche il concetto di salute si carica di nuove valenze perché si inserisce in un contesto più complesso e più interconnesso: **il collasso del sistema sanitario è il primo rischio a cui si sente esposto il nostro Paese secondo l'88% delle persone**. Un dato che supera addirittura la preoccupazione per l'aumento delle forme tumorali (86,9%), per la diffusione di malattie infettive (79,6%) o per l'aumento delle malattie degenerative (69,6%).

Da questo quadro emerge come i **temi della salute siano cruciali** nella percezione che gli italiani hanno del loro grado di esposizione ai pericoli, e costituiscano, insieme ad altri eventi a loro connessi, un sistema di allarme pronto ad attivarsi nella società.

Circa l'**85,6% dichiara, infatti, di desiderare un punto di riferimento** cui rivolgersi per dubbi sul proprio stato di salute e quasi il **70%** ritiene necessaria **un'integrazione del SSN non solo per la cura, ma anche per la prevenzione**. Interessante in questo contesto la tensione verso l'auto-prevenzione: il 72,5% cerca di fare una vita sana, in movimento e lontano dall'inquinamento; il 62,1% controlla regolarmente la propria salute con esami e visite mediche; e sempre il 62,1% è interessato alle ultime novità tecnologiche (come ad esempio *smartwatch* e *smartband*) per il monitoraggio della propria salute e di quella dei propri cari.

Si sta diffondendo, cioè, una fascia di persone sensibili alla propria salute e disposta a investire tempo e denaro per l'adozione di un corretto stile di vita, che passa attraverso piccole rivoluzioni culturali, di abitudini e di consumo, ma anche tecnologiche.

## Quale ruolo per le assicurazioni?

*“Dalla ricerca emerge un generale disorientamento di fronte ai rischi emergenti – ha dichiarato **Frédéric de Courtois, Amministratore Delegato di AXA Italia**. – Il ruolo che le assicurazioni sono chiamate a svolgere nella società oggi è anche quello di guida e di orientamento sul panorama dei rischi, che si affianca a quello di protezione ex post, ovvero in fase di recupero e sostegno quando i rischi si materializzano. Anticipare, prevenire e proteggere, anche attraverso il dibattito pubblico, fa parte del nostro ruolo sociale. Un ruolo di valore che siamo chiamati a svolgere nelle diverse fasi della vita delle persone.”*

E' in questo clima di disorientamento che si apre infatti **un ruolo nuovo per il settore assicurativo**, che tiene conto sia della specificità del mercato italiano, storicamente sotto-assicurato, ma soprattutto delle nuove dinamiche sociali. Riduzione dei servizi e del welfare pubblico da una parte e **aumento della domanda di protezione riguardo ai**

**rischi emergenti** dall'altra, infatti, sono **precondizioni ideali per l'affermazione dell'offerta assicurativa**.

La domanda di assicurazioni in Italia è presente, consistente e per certi versi già molto profilata. Se è vero che oltre l'80% della popolazione vorrebbe **più flessibilità** nelle polizze e nei prodotti d'investimento, il 79,8% chiede **più prevenzione e più consulenza** da parte degli assicuratori, intervenendo non soltanto in fase di problema conclamato.

Il ruolo assegnato alle assicurazioni diventa di guida, di punto di riferimento e di orientamento delle esigenze di protezione dei cittadini, da portare avanti **in partnership con il sistema pubblico**.

\*\*\*

#### **GRUPPO ASSICURATIVO AXA ITALIA**

Con 161.000 dipendenti e 103 milioni di clienti in 59 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione e primo brand assicurativo al mondo per il 7° anno consecutivo secondo la classifica Interbrand 2015. Il mestiere di AXA è la protezione: una missione che si traduce nell'aiutare i clienti a vivere con serenità ogni fase della loro vita, accompagnandoli con soluzioni e servizi di protezione adattabili alle diverse esigenze. Forte di una rete agenziale altamente professionale, composta da circa 650 agenzie, e tra i leader di mercato nella bancassicurazione, a partire dalla partnership con il Gruppo Montepaschi, AXA è presente in Italia in una logica multi distributiva, attraverso il Gruppo AXA Italia, di cui fanno parte AXA Assicurazioni, AXA MPS e Quadra Assicurazioni, con una raccolta premi al 2014 di 8 miliardi di euro, oltre a ulteriori società specializzate.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: [www.axa.it](http://www.axa.it)

#### Media Relations

Eleonora Mecarelli  
eleonora.mecarelli@axa.it - Tel. 06 50870257

Emanuela Locci  
emanuela.locci@axa.it - Tel. 02. 48084575 – 348 3113193

#### Ufficio Stampa

Havas PR Milan  
Marco Fusco  
marco.fusco@havaspr.com - 02 85457029 - 345 6538145

Alessandro Lombroso  
alessandro.lombroso@havaspr.com - 0285457037