

AXA

COMUNICATO STAMPA

MILANO, 6 NOVEMBRE 2015

DONNE CLIENTI, AGENTI E IMPRENDITRICI: UN'OPPORTUNITÀ DA 1,7 TRILIONI DI DOLLARI PER L'INDUSTRIA ASSICURATIVA.

Milano, 6 novembre 2015 – Un mercato globale pari a 1.7 trilioni di dollari per il solo segmento delle donne entro il 2030, di cui quasi la metà dalle 10 principali economie emergenti^[1]: è la straordinaria opportunità di crescita che le donne rappresentano per il settore assicurativo nel mondo, secondo il report “*SheforShield: Insure Women to Better Protect All*”^[2], elaborato dal Gruppo AXA, IFC (membro del World Bank Group) e Accenture e presentato oggi nel corso dell’evento “*Women in Insurance: donne che proteggono*”, organizzato da Valore D con la collaborazione di AXA Italia.

Il report analizza l’opportunità di business rappresentata dal segmento femminile per le assicurazioni, identificandone i fattori di crescita ed evidenziando i bisogni di protezione sempre nuovi delle donne, con l’obiettivo di consentire al settore di elaborare un’adeguata proposizione a valore aggiunto per questo segmento di clientela.

Secondo il report, oggi l’ammontare dei premi annui del **mercato retail globale per il segmento donne** è pari a \$770 miliardi, il 17% dei \$4.6 trilioni corrispondente al volume complessivo dei premi assicurativi (retail e commerciale). Un valore che è destinato a crescere, raggiungendo entro il 2030 un valore incluso tra \$1.452 e \$1.700 trilioni, pari a circa il 19-22% del mercato retail e commerciale globale stimato per il 2030.

Le motivazioni della crescita sono da ricondurre ai cambiamenti nello status socio-economico della donna: un livello di educazione scolastica più elevato, una maggiore partecipazione nel mondo del lavoro e, quindi, una crescente capacità di spesa. Inoltre, la donna è più *risk-aware* rispetto all’uomo, e perciò più propensa a investire per proteggere se stessa e la propria famiglia.

Le donne rappresentano un mercato eterogeneo, con bisogni di protezione che variano in base a reddito, provenienza geografica, occupazione e stato sociale. Da qui la necessità per le assicurazioni di adattare ogni raccomandazione alle caratteristiche dei

^[1] Brasile, Cina, Colombia, India, Indonesia, Messico, Marocco, Nigeria, Tailandia e Turchia.

^[2] Il report si basa su ricerche e modelli econometrici, affiancati da interviste approfondite con rappresentanti e associazioni del settore, broker, agenti, clienti e autorità di regolamentazione nei 10 mercati analizzati.

segmenti di riferimento. Fra i cinque individuati nel report *SheforShield*, particolarmente rilevante quello delle **donne imprenditrici**: un terzo dell'imprenditoria mondiale è composta da donne che vogliono far crescere il proprio business e assumersi rischi più calcolati, ma che spesso si scontrano con un evidente divario di genere. Aiutando le donne a gestire il rischio, le assicurazioni possono fornire alle imprenditrici più facile accesso al credito, e facilitare così il loro *empowerment*.

Le donne possano contribuire alla crescita del settore anche nel loro ruolo di **professioniste della distribuzione**. Dal back office al front office fino a posizioni manageriali, le donne sono in grado di sviluppare di relazioni a lungo termine, migliorando così il livello di *client retention* e favorendo potenzialmente la ricorrenza di prodotto sui clienti esistenti.

Anche in Italia il settore comincia ad avvertire i primi movimenti. Secondo i dati rilevati da Episteme¹ per AXA Italia, infatti, è cambiato l'approccio al rischio delle donne: non più avversione al rischio, bensì **una sempre maggiore consapevolezza del rischio**, che incide anche sul settore assicurativo sollecitando la domanda. C'è voglia di riscatto e di mettersi in gioco in prima persona da parte delle donne, ma il loro è un rischio consapevole. In questo contesto, si evince un nuovo rapporto tra **donne e impresa**: il **61,8% sente di essere il tipo di persona che può mettersi in affari da sola**.

Il report *SheforShield* è stato elaborato nel quadro più ampio della partnership globale tra AXA e IFC, che mira a sviluppare il settore assicurativo nei mercati emergenti, contribuendo alla loro crescita sostenibile. La versione integrale del report è disponibile sul sito AXA all'indirizzo: <http://www.axa.it/web/corporate/women-in-insurance>

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

Media Relations

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

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

Ufficio Stampa

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

Alessandro Lombroso
alessandro.lombroso@havaspr.com - 0285457037

¹ Fonte: Atlas 2015