

AXA

COMUNICATO STAMPA

ROMA, 25 OTTOBRE 2016

DALL'ITALIAN AXA FORUM 2016

TECNOLOGIA E BIG DATA: GLI ITALIANI TRA STRESS ED ENTUSIASMO

Secondo la ricerca di AXA Italia:

- Gli italiani vivono sempre connessi e coesistono con un “doppio digitale”
- Il 92% non si fida della rete e ha paura di essere tracciato
- Le assicurazioni pronte ad integrare la loro offerta con la tecnologia, diventando partner dei propri clienti

Roma, 25 ottobre 2016 – Gli italiani sono tecnologicamente sempre disponibili tramite il loro smartphone o tablet, e si connettono “appena possono” senza mai prendersi una pausa dal loro vita digitale. E’ così che le tracce lasciate sulla rete prendono forma e diventano il nostro “doppio digitale”, una sorta di fratello gemello che vive online e ha le nostre stesse passioni, abitudini e comportamenti.

E’ questo un primo fotogramma della **ricerca di AXA Italia condotta da Episteme dal titolo “Gli Italiani, il labirinto dei dati e il ruolo del settore assicurativo”¹**, presentata oggi nel corso dell’Italian AXA Forum 2016.

Il 73% degli intervistati passa la sua giornata **connesso ad internet**, il 63% su Whatsapp e il 53% su Facebook. Tra chi non riesce ad essere in “real time” il 30% si connette “appena può” al social network. PC, smartphone e tablet sono i dispositivi tecnologici più amati dagli italiani: **il 93% possiede un pc, l’85,2% ha uno smartphone e il 50% usa regolarmente il tablet.**

La tecnologia è quindi per noi uno strumento indispensabile, che offre soluzioni, indicazioni e risposte puntuali a quello che cerchiamo. La ricerca ci dice infatti che tra le App e i servizi online più usati spiccano i **motori di ricerca, apprezzati dal 92,4%** delle persone e i **siti di navigazione stradale** – come Google Maps – **utilizzati dal 67% degli italiani.** Ma anche **le App di banche e assicurazioni** come quelle di **recensioni per ristoranti e hotel piacciono al 42% degli intervistati.**

Ma sebbene come consumatori siamo molto soddisfatti di come la tecnologia ci aiuta nella vita quotidiana, come cittadini abbiamo paura di perdere il controllo dei nostri dati e di non sapere più come governarli una volta che li immettiamo in rete.

Il 92% delle persone, infatti, **pensa che utilizzando internet si possa venire tracciati e seguiti**, mentre **l’89% sostiene che si dovrebbero poter cancellare più facilmente i propri dati dai siti e dai motori di ricerca.** Nel complesso, quindi, **il problema della privacy è molto sentito e diffuso** tra i cittadini-utenti, tanto che oltre l’86% vorrebbe tutelarla, senza far circolare informazioni o immagini personali.

¹ Circa 3652 interviste CAWI (computer-assisted web interviewing) a un campione di 1675 individui dai 15 ai 74 anni, effettuate tra luglio e agosto 2016.

Da questo secondo quadro emerge quindi un misto di speranza e preoccupazione, entusiasmo e forte stress, dovuto anche ad **una scarsa comprensione del fenomeno dei big data: il 45% degli italiani non sa che cosa sono, il 35% li avverte come un problema che complica la loro vita, anziché migliorarla**, mentre una fetta - decisamente alta - del **66,3% è concorde nel pensare che i big data siano utili solo alle aziende** per fini commerciali piuttosto che a loro stessi.

Dall'indagine risulta quindi evidente una **netta dicotomia di fronte alla potenzialità delle nuove tecnologie e dei big data, tra voglia di condividere e paura di perdere il controllo**. E insieme alle paure **crece la motivazione ad assicurarsi da rischi vecchi e nuovi**, come quello della privacy appunto.

L'assicurazione si conferma lo strumento ideale per mettere al sicuro i propri beni e i propri cari, ma big data e tecnologia aprono la strada ad una evoluzione del ruolo delle Compagnie.

Emerge in maniera netta **l'importanza del concetto di fiducia** sul quale gli intervistati si sono espressi chiaramente: **il 76% preferisce seguire il consiglio dato da una persona fidata** rispetto ai consigli forniti dagli sconosciuti su internet e **il 74% si fida maggiormente di un'offerta o di un servizio se è prevista anche un'assicurazione aggiuntiva**.

Il 68% degli italiani sarebbe interessato ad una polizza che offra anche l'installazione di una scatola nera per la propria auto, di un sistema di monitoraggio intelligente per la propria casa o di un braccialetto elettronico per la propria salute. **Circa l'80% degli intervistati, inoltre, chiede più prevenzione** e più consulenza da parte degli assicuratori.

*"I Big Data rappresentano una duplice opportunità per le assicurazioni – afferma **Monica Fabris, Presidente di Episteme** – “da un lato permetteranno di fornire servizi sempre più avanzati e personalizzati e dall'altro di intercettare nuovi bisogni di protezione, generati dalla tecnologia stessa”*

Grazie all'aiuto dei big data e di dispositivi tecnologici innovativi, quindi, **le assicurazioni potranno offrire nuovi servizi di prevenzione e diventare veri e propri partner dei clienti**, migliorando i loro comportamenti e diminuendo la portata dei loro rischi.

Gruppo AXA Italia

Con 166.000 dipendenti e 103 milioni di clienti in 64 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione e primo brand assicurativo al mondo per l'8° anno consecutivo secondo la classifica Interbrand 2016. 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 2015 di 8,4 miliardi di euro, oltre a ulteriori società specializzate. Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia
Stefania Di Mico
Stefania.dimico@axa.it
06 50870257 – 338 9350921

Ufficio Stampa

Havas PR Milan
Marco Fusco
Marco.fusco@havaspr.com 02 85457029 - 345 6538145
Alessandro Lombroso
alessandro.lombroso@havaspr.com – 02 85457037