



Comunicato Stampa

Milano, 8 novembre 2018

#AXAForum 2018: italiani sempre più attenti ai temi che impattano la loro vita quotidiana. E con le idee chiare sui rischi del futuro.

- Al centro dell’#AXAForum 2018, la ricerca AXA Episteme¹ fotografa un’attenzione sempre più netta a temi individuali che impattano concretamente il quotidiano: pensione, lavoro e salute i temi caldi.
- Sui rischi emergenti non ci sono dubbi: al primo posto il cambiamento climatico, seguono i rischi socio-economici e politici, la salute e il cyber risk.
- In un contesto di cambiamento, la tecnologia diventa strumento di miglioramento concreto della vita delle persone.
- Si apre una nuova era per le assicurazioni, chiamate a reinventarsi per offrire risposte concrete e innovative e aiutare le persone a vivere meglio.

Gli italiani sono sempre più attenti ai temi che riguardano la loro vita quotidiana: le preoccupazioni individuali e i rischi futuri assumono un chiaro ordine di priorità, con un nuovo ruolo per le assicurazioni.

Sono alcune delle principali evidenze emerse dalla ricerca di AXA Italia condotta da Episteme (*“Rischi emergenti, protezione e innovazione: una nuova era per le assicurazioni”*) presentata durante l’#AXAForum 2018.

Ai primi posti tra le preoccupazioni degli italiani si collocano chiaramente i **problemi legati alla sfera del quotidiano**: il 53,9% è preoccupato di non avere in futuro una **pensione ragionevole** e il 47,8% della **gestione della vecchiaia dei propri cari**; seguono le inquietudini sui **tempi dell’assistenza sanitaria**, con il 45,3%, e il **timore per la stabilità del proprio lavoro**, 44,8%.

“Viviamo in un mondo caratterizzato da rischi emergenti, sempre più volatile e iperconnesso, che richiede risposte nuove per gestire questa complessità e proteggere meglio le persone. Per il nostro AXA Forum 2018 siamo partiti dai bisogni degli italiani, che hanno le idee chiare – spiega **Patrick Cohen, CEO del Gruppo AXA Italia** – Dalla ricerca AXA-Episteme emergono preoccupazioni importanti, soprattutto legate agli aspetti socioeconomici individuali, come la pensione, il lavoro o la salute. Questi dati rafforzano la nostra convinzione: sempre di più dobbiamo saper prevedere l’imprevedibile, facendo leva sulla nostra expertise nella prevenzione e gestione dei rischi nel lungo periodo, per diventare veri partner dei nostri clienti. Offrendo soluzioni innovative, semplici e su misura, riusciremo a raggiungere il nostro obiettivo: aiutare le persone a vivere meglio.”

GLI ITALIANI E I RISCHI EMERGENTI: CAMBIAMENTO CLIMATICO AL 1° POSTO

Guardando ai rischi emergenti e alle previsioni di rischi, gli italiani non hanno dubbi: **i rischi ambientali**, quelli **socio-economici e la salute sono i grandi temi del futuro**: il **46,7%** mostra massima preoccupazione per le conseguenze del

¹ Metodologia: Circa 4.675 interviste CAWI (computer-assisted web interviewing) a un campione di 2.030 individui dai 18 ai 74 anni, effettuate a settembre 2018.



surriscaldamento del pianeta e ben **l'89,7% è d'accordo con la necessità di adottare nuovi modelli economici che riducano l'impatto ambientale**. Seguono i **rischi socio-economici e politici** e quelli **tecnologici**: ad esempio, sul fronte dei rischi tecnologici, il 15,2% teme rischi legati alla riservatezza dei dati e il 14,2% teme l'intelligenza artificiale e l'avvento dell'Internet delle Cose (IoT).

UN NUOVO APPROCCIO ALLA SALUTE

Il tema della salute è sempre più centrale per gli italiani. Anche l'attenzione al benessere in ambito lavorativo è molto diffusa: per il 48,1% del campione significa mantenere un giusto equilibrio tra vita privata e lavoro.

Tra i principali rischi emergenti **le malattie croniche**, che con il 30,6% si confermano un fenomeno sempre più attuale e preoccupante.

In crescita il livello di consapevolezza delle persone, sempre più disponibili a rivolgersi a un'**offerta privata**, con il **71,2% degli italiani d'accordo sull'importanza di una copertura integrativa privata sui temi della salute**.

L'attenzione è sempre più rivolta a prodotti innovativi e soluzioni tecnologiche: il **28.8% del campione vorrebbe avere un punto di riferimento a cui rivolgersi in qualsiasi momento per dubbi sullo stato di salute** (rispetto al 22,4% del 2015).

TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA VITA DI TUTTI I GIORNI

Grande interesse verso la tecnologia: **il 72,9% del campione ritiene positiva la diffusione dell'intelligenza artificiale e per il 76% questa migliorerà concretamente la qualità della vita**.

In ambito salute, cresce l'attitudine positiva verso i sistemi di monitoraggio della salute e la telemedicina: il **74,5%** degli intervistati dichiara che si sentirebbe più sicuro se possedesse un **dispositivo per contattare medici, persone di fiducia e operatori sanitari**.

Il 47% si sentirebbe più sicuro se in casa avesse un robot badante.

IL FUTURO DELLE ASSICURAZIONI, ADESSO

C'è grande apertura e interesse verso il mondo assicurativo, cui si chiede però di innovare, proponendo **prodotti vicini alle persone, dall'alto contenuto tecnologico** e in grado di **semplificare concretamente la vita quotidiana**. Il **65,3%** degli italiani sarebbe anche disposto ad acquistare polizze connesse a **dispositivi tecnologici in auto e in casa** e il **74,9% si sentirebbe più sicuro con un sistema di monitoraggio intelligente per la propria abitazione**.

Le soluzioni innovative influenzano positivamente la propensione all'acquisto degli italiani, in particolare quando viene proposta loro l'automazione dei processi di rimborso o la gestione a 360° della salute: ad esempio, il 29,1% degli italiani acquisterebbe una polizza che offrisse un rimborso automatico e il 26,8% una polizza che indennizzasse automaticamente danni provocati da agenti atmosferici; il 28,4% acquisterebbe una polizza che gestisse a 360° l'assistenza in caso di non autosufficienza.

L'implementazione di prodotti tecnologici e nuovi canali non va però a erodere l'importanza del fattore umano e la centralità delle reti distributive. **I dispositivi tecnologici (indossabili, per auto, o per casa) aumentano il senso di protezione quotidiana, ma l'intermediario resta il canale preferito per l'ascolto delle esigenze, la valutazione dei rischi, l'assistenza in caso di sinistro**.



Alle assicurazioni, infine, viene riconosciuto sempre di più un **ruolo di garante della collettività**, in grado di dare risposta ai bisogni di **protezione nella sfera personale e familiare**, ma anche di tutelare **beni pubblici** come infrastrutture e territorio.

Gruppo AXA Italia

Con 160.000 collaboratori e 105 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 il 10° anno consecutivo secondo la classifica Interbrand 2018.

La missione di AXA è aiutare i propri clienti a vivere meglio: per questo collaboratori e distributori presenti sul territorio lavorano ogni giorno per creare prodotti e servizi innovativi e diventare veri partner delle persone e della società.

In Italia 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

[Gruppo AXA Italia](#)

Alessandro Vanoni
Head of Communication, Contents &
Engagement
alessandro.vanoni@axa.it

Eleonora Mecarelli
Press Officer
eleonora.mecarelli@axa.it
06 50870257

Ufficio Stampa
Havas PR Milan
Rafaella Casula
rafaella.casula@havaspr.com
02 85457056

Federica Corbeddu
federica.corbeddu@havaspr.com
0285457081
Marco Allegrini
marco.allegrini@havaspr.com
0285451055
