



Le coperture assicurative. Un sondaggio di Zurich mostra maggiore insicurezza tra gli intervistati che apprezzano le polizze ma non le utilizzano: le compagnie sono pronte a scendere in campo

In pochi affrontano le incertezze

Federica Pezzatti

Ancora poca reattività di fronte all'incertezza che caratterizza il futuro. Questo è l'atteggiamento fotografato da una nuova ricerca Zurich condotta da Swg su un campione di 1.500 nuclei familiari su paure e strumenti di protezione, in anteprima per Il Sole 24 Ore. Dall'indagine emerge che gli italiani si sentono più insicuri e hanno meno fiducia nel futuro, ma alle paure di alcuni eventi le famiglie contrappongono ancora un atteggiamento fatalista o la speranza di un sostegno pubblico.

Aumenta però la consapevolezza di dover ricorrere a forme di autotutela finanziaria. Nel dettaglio, il 38% delle famiglie intervistate si ritiene infatti ancora economicamente fragile e oltre un quinto arriva in difficoltà a fine mese o si sente povera. Solo il 36% delle famiglie guarda al domani con un occhio di speranza, un dato che risulta in calo rispetto al 41% del gennaio 2016.

La paura della malattia e dell'invalidità (propria o di un familiare) e delle sue conseguenze economiche sull'assetto familiare si colloca ai primi posti (72-73% e 65-66%), in particolare nei nuclei monogenitoriali con figli conviventi. Un dato emerso anche in una recente indagine dell'Associazione italiana private banking (Aipb) che rileva come i possessori di grandi patrimoni siano preoccupati soprattutto dalla perdita di autosufficienza: ma anche tra i possessori di grandi patrimoni le coperture mancano.

Nonostante i timori, gli strumenti ritenuti adeguati per affron-



Mosse inefficaci
 «L'82% delle famiglie continua a contare sulla solidità della rete familiare e il 66% sulle proprietà immobiliari per superare gli imprevisti - spiega Dario Moltrasio, head of life Zurich Italia -. Ma si tratta di soluzioni non sostenibili e sempre meno efficienti»

tare gli eventi "inattesi" non sempre risultano tali. «L'82% delle famiglie continua a contare sulla solidità della rete familiare e il 66% sulle proprie proprietà immobiliari (il classico affitto salvagente) per superare gli imprevisti - spiega Dario Moltrasio, head of life Zurich Italia -. Ma si tratta di soluzioni non sostenibili e sempre meno efficienti a causa del cambiamento socio-economico e culturale in atto».

Il 67% pensa a una buona polizza assicurativa e il 61% a un piano pensionistico integrativo ma solo il 25% degli intervistati è titolare di una polizza vita, meno del 20% di una polizza infortuni o salute, circa il 3% di una copertura dread-disease (contro il rischio di insorgenza di una malattia particolarmente grave) o long term care (contro il rischio di perdita dell'autosufficienza). Dati confermati, del resto, da una statistica della Banca d'Italia che ha rilevato come nel 2016 la percentuale delle famiglie in possesso di almeno una polizza sanitaria fosse pari al 6,9%.

In questo scenario le compagnie, coscienti dal business potenziale che si apre, sono pronte a potenziare la propria offerta di protezione. Le previsioni di raccolta nel comparto salute (ancora prevalentemente realizzata su strumenti collettivi che pesano per il 74% sui 2,7 miliardi raccolti nel 2017) sono ancora notevoli. Se Allianz offre una nuova copertura sulla perdita dell'autonomia con Allianz Univero Persona Rendita Autosufficienza, il cui lancio è stato sostenuto da una campagna pubblicitaria che per la prima volta ha tolto il velo sul problema, Zurich sta per proporre una soluzione che risponde all'esi-

genza evidenziatasi dalla propria ricerca: avere un'unica risposta alle diverse paure degli italiani (invalidità, malattia, Ltc). Va ricordato che i premi versati per coperture long term care consentono la detraibilità del premio pagato (fino a 1.291 euro annui) e normalmente abbinano alla rendita una gamma di servizi di assistenza ampliata.

Aumenta anche l'interesse per il settore dei servizi. Reale group ha lanciato a luglio Blue Assistance «Salutiamo», un servizio per prenotare ed acquistare, rapidamente e in autonomia, visite ed esami medici a tariffe convenienti. Anche Axa ha recentemente ampliato la gamma salute con Axa Protezione Salute e Formula Benessere che offrono soluzioni modulari e personalizzabili con servizi innovativi che coprono il percorso dedicato alla protezione della salute, dalla prevenzione alla fase di convalescenza e riabilitazione.

Per intercettare la spesa out of pocket (pagata di tasca propria), che ammonta secondo l'Osservatorio Rbm Censis a quasi 40 miliardi, non si può prescindere però da un maggiore coinvolgimento delle reti di vendita e «dall'innovazione delle linee di prodotto, perseguendo il concetto di presa in carico del cliente e della sua cronicità, mantenendo la qualifica di partner affidabile nella gestione -», spiega Fiammetta Fabris, amministratore delegato di Unisalute -. Puntando su prodotti di carattere specialistico, cercando di sostenere le persone in quelli che sono dei bisogni immediati, utilizzando anche la tecnologia per gestire con più efficacia i malati cronici».



Nuove frontiere
 Per promuovere le nuove polizze long term care non si può prescindere «dall'innovazione delle linee di prodotto, utilizzando anche la tecnologia per gestire con più efficacia i malati cronici», spiega Fiammetta Fabris, amministratore delegato di Unisalute

Le paure degli italiani

GLI EVENTI PIÙ TEMUTI PER SE STESSI E PER I PROPRI CARI

Alcuni eventi possono minacciare il mantenimento dello stile di vita o l'equilibrio familiare. Pensando a quello che potrebbe accadere a Lei stesso, oggi quanto la spaventa la possibilità di...

Anno 2018 1.500 casi



© RIPRODUZIONE RISERVATA