

VOGLIO UNA VITA ASSICURATA

Dopo il Covid anche in Italia cresce la percezione del rischio e quindi la sottoscrizione di polizze sanitarie e legate ai viaggi. Un boom che potrebbe rafforzarsi grazie ai contratti relativi al mondo digitale.

di *Laura Della Pasqua*

I sistemi di sicurezza sono sempre più sofisticati eppure la percezione del rischio e la sensazione di vulnerabilità sono aumentati. Paradossalmente più la vita è diventata dinamica, più la tecnologia ha acquisito un posto importante nella quotidianità, più la ricerca scientifica è avanzata e maggiore è la richiesta di protezione da parte del singolo cittadino. Il progresso anziché trasmetterci sicurezza ci ha reso più fragili. La conferma è la crescita delle polizze assicurative, con prodotti sempre più diversificati che coprono i settori più disparati. Un comparto in espansione è quello delle polizze integrate, cioè vendute assieme ad altri prodotti, dallo smartphone ai viaggi. Secondo un report di DataHorizon, nel 2030 arriveranno a un valore di

60 miliardi di euro in Italia, rappresentando il 20 per cento del mercato assicurativo (482,8 miliardi di dollari nel 2032 al livello mondiale). L'offerta di polizze assicurative correlata all'acquisto di un bene, la cosiddetta embedded insurance, è una prassi molto diffusa. Sempre più aziende, di settori differenti, stipulano partnership con realtà assicurative per



Peso: 32-98%, 33-86%

garantire ai consumatori l'acquisto di una copertura a tutela. Questo consente di allargare la platea dei beneficiari. I dati della ricerca *Open & Embedded Insurance* indicano che il 70 per cento di coloro che acquisteranno nuovi prodotti non hanno mai avuto servizi assicurativi. A oggi, infatti, solo l'8 per cento della popolazione italiana ha sottoscritto una polizza che non sia l'Rc auto.

«Lo scenario del rischio si è trasformato ed è aumentato. Dal Covid ai problemi del cambiamento climatico, dai rischi della cibernetica a quelli sanitari, per le assicurazioni si moltiplicano le sfide» commenta con *Panorama* Paolo Garonna, docente di Economia politica all'Università Luiss ed esperto del mondo assicurativo.

Si pensi, per esempio, ai viaggiatori che già da diversi anni abbinano il biglietto aereo alla polizza viaggio o ai consumatori che spesso aggiungono coperture di garanzia quando acquistano elettrodomestici di valore. Il Covid ha solo accelerato il trend. Nel 2021, per paura di restare incastrati in un lockdown, la percentuale di chi si assicurava in caso di annullamento del viaggio salì al 60-70 per cento dal 35 del 2019, come rilevato a suo tempo da Europ Assistance. E, passata la pandemia, l'abitudine è rimasta. L'anno scorso, secondo i dati Ipsos- Europ Assistance, il 33 per cento gli italiani ha stipulato un'assicurazione di viaggio per l'ultima vacanza effettuata, in crescita dell'8 per cento rispetto al 2022. I più interessati sono gli under 34 (44 per cento) e le famiglie con figli minorenni (47 per cento). Le garanzie più richieste sono sulle spese sanitarie (71 per cento), l'annullamento del viaggio (63 per cento), la responsabilità civile (62 per cento). Anche chi opta per un tour organizzato, nel 70 per cento dei casi, sceglie di aggiungere un prodotto assicurativo alla polizza già integrata. Nel 2019 la percentuale è stata del 25-30 per cento. Questo dà un'idea di quanto siano cambiate le abitudini.

Le nuove tecnologie e il rischio di attacchi informatici hanno spinto la diffusione anche delle polizze digitali. La ricerca *Consumatore digitale*, realizzata da Italian Insurtech Association con Join Business Management Consulting, ha mostrato un aumento del 10 per cento (il 57 per cento contro il 47 del 2022) di questo tipo di prodotto. Un dato importante, se si pensa che erano solo il 10 per cento nel 2010. Il loro successo si deve alla semplicità di utilizzo, per il 97 per cento del campione intervistato, e alla possibilità

di gestione in autonomia (92 per cento), soprattutto dallo smartphone.

In crescita anche le polizze vita e quelle sanitarie. Il primo tipo di assicurazione deve il rilancio, dopo due anni in flessione, al calo dei tassi. Le vecchie polizze davano al massimo un rendimento dell'1,5 per cento. Così a fronte di Btp e di altri titoli di Stato europei più generosi (con tassi oltre il 4 per cento), era scattata la corsa ai riscatti. Il primo taglio del costo del denaro da parte della Bce ha reso di nuovo interessanti le polizze vita tradizionali. Come fa sapere l'Ania, la loro raccolta a gennaio scorso è stata pari a 6,4 miliardi, il 10,9 per cento in più rispetto all'analogo mese del 2023, quando il volume di nuovi affari registrava invece una contrazione annua del 6,8 per cento mentre ad aprile si è registrato un + 16,2 per cento.

Le assicurazioni sanitarie sono destinate ad aumentare. Il Covid ha mostrato le debolezze del sistema sanitario pubblico e aggravato il problema delle liste d'attesa. Per questo gli italiani sono costretti a pagare di tasca propria (quasi il 25 per cento è spesa privata), direttamente (out-of-pocket) o per intermediazione di fondi e assicurazioni come rileva la Fondazione Gimbe. La quota intermediata è ancora bassa, solo 4,7 miliardi, poco più del 10 per cento di tutta la spesa privata, ma si stima in crescita.

Sono 15 milioni gli italiani che a oggi usufruiscono di fondi sanitari integrativi o di polizze sanitarie assicurative. La frontiera della salute digitale potrebbe far emergere inediti prodotti come polizze che coprono specifiche prestazioni sanitarie digitali o servizi di telemedicina specializzati. Questo apre nuove opportunità per le compagnie assicurative di diversificare la propria offerta. «Nonostante i numeri in crescita, l'Italia resta un Paese sotto assicurato soprattutto nei settori dove c'è sempre stata una forte presenza dello Stato come nella sanità. Ma la sanità integrativa come la previdenza complementare sono pilastri sempre più importanti. C'è un potenziale di sviluppo enorme ed è una sfida dal lato dell'offerta di polizze» analizza Garonna. Il quesito è se le assicurazioni riusciranno a stare al passo delle nuove esigenze con prezzi contenuti capaci di essere attrattivi anche per il largo pubblico. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



60.000.000.000

**di euro.
Si tratta del valore
delle polizze
integrate, cioè
vendute assieme
ad altri prodotti,
che secondo
un report di
DataHorizon
toccheranno in
Italia nel 2030,
quando varranno
il 20 per cento
del mercato
assicurativo.**

