

Comunicato stampa

Osservatorio Look to the Future

Le differenze di genere, età e area geografica della ricerca Nomisma per Athora Italia sul rapporto degli italiani con le polizze assicurative

Gli italiani cercano protezione dalle spese impreviste

Polizze vita a contenuto finanziario utili alle esigenze personali e familiari. Al primo posto, l'integrazione della pensione (58%), seguono le spese impreviste soprattutto al Sud (43%).

Più aperti alla sottoscrizione i 35-49enni (35%), così come chi vive al Sud e nelle Isole (34%).

Ai potenziali possessori interessano i servizi accessori: al primo posto quelli sanitari (53%), soprattutto tra le donne (62%).

Milano, 15 luglio 2025 – Le **motivazioni** più frequenti che inducono gli italiani alla sottoscrizione di **polizze vita a contenuto finanziario** o previdenziale sono molteplici e riflettono diverse esigenze personali e familiari. In primo luogo, un motivo molto rilevante è **l'integrazione della pensione pubblica**, citata dal **58%** dei sottoscrittori, con una maggiore attenzione da parte delle persone più anziane, in particolare tra gli over 60, dove la percentuale sale al 67%.

Un'altra motivazione importante che ha guidato il 45% dei possessori a sottoscrivere una **polizza vita a contenuto finanziario** riguarda le opportunità di investimento e la possibilità di accrescere il proprio capitale. La concezione di una polizza vita a contenuto finanziario come strumento funzionale a far fruttare i risparmi è leggermente più radicata nel Nord Italia (47%). La **protezione e il sostegno finanziario alla famiglia** rappresentano un aspetto dirimente per il 42% di chi possiede la polizza, seguono la protezione in caso di **spese impreviste** per il 37% delle persone, con una maggiore attenzione al Sud e nelle Isole, dove questa esigenza sale al 43%. Infine i benefici fiscali, segnalati dal 41% del totale, specie tra gli uomini (44%) e nelle regioni settentrionali.

Per le **polizze danni**, infortuni e malattia i driver principali sono la ricerca di tranquillità e la **riduzione dello stress** derivante dal sapere di essere coperti in caso di imprevisti o eventi inattesi.

Sono le opinioni degli italiani secondo le analisi di genere, età e area geografica della seconda ⁽¹⁾ delle tre *wave* di ricerca previste dall'Osservatorio *Look to the Future* di **Athora Italia**, realizzate in collaborazione con **Nomisma**, con le quali la Compagnia assicurativa Vita continua a indagare il punto di vista degli italiani su previdenza, protezione, risparmio e investimenti.

Più in generale, le **polizze** che coprono **eventi imprevisti** come infortuni, malattie o decessi sono considerate molto utili da oltre la metà degli italiani, ma il livello di fiducia varia sensibilmente per genere, età e area geografica. Le donne si dimostrano lievemente più convinte dell'utilità

¹⁰ 1.221 interviste complete e validate, popolazione 35-70 anni, periodo di rilevazione aprile 2024

piena di queste coperture (52% vs 49% degli uomini), mentre tra gli uomini uno su tre le ritiene utili solo se l'evento è altamente probabile.

La percezione e le valutazioni sulle polizze cambiano in base **all'età della popolazione**. Se tra i 35-49enni è il 46% a considerare le **polizze danni** molto utili, la quota sale al 55% tra i 50-59enni. Sono proprio i più giovani (35-49 anni) a mostrarsi più prudenti e condizionati dalla probabilità concreta dell'evento assicurato. A livello territoriale, le aree più orientate a riconoscere la piena utilità delle polizze danni sono il Nord e il Sud (51% e 52%) mentre il Centro Italia risulta essere la zona più "dubbia" (47%). Le **polizze a componente finanziaria** suscitano un giudizio più frammentato, con significative differenze tra target: il 28% degli uomini le ritiene vantaggiose perché fanno fruttare i risparmi nel lungo periodo, mentre quasi 1 donna su 3 non ha un'opinione precisa su questo tipo di polizze.

I cinquantenni riconoscono con maggiore intensità rispetto alle altre fasce di età le componenti di **sicurezza** (20%) e di **beneficio finanziario** (24%) garantite dalle polizze vita a contenuto finanziario. I 35-49enni si concentrano invece con maggior attenzione sulla componente di **rendimento** (27%).

A livello geografico, si sottolinea come 1 residente nel Mezzogiorno su 5 riconosca alle polizze vita a contenuto finanziario un ruolo importante nella **protezione dei risparmi** con capitale garantito.

Inoltre, dai dati dell'Osservatorio *Look to the Future* emerge come **la conoscenza degli italiani sulle assicurazioni** sia sufficientemente diffusa, seppur **ancora superficiale**. Gli uomini, ad esempio, dimostrano una maggiore familiarità con il mondo assicurativo - il 37% ne ha una conoscenza approfondita - mentre le donne si fermano al 24%. Il Nord si distingue per una maggiore padronanza del tema con il 35% di conoscenza approfondita, mentre Centro e Sud/Isole si attestano al 26%.

Restando sulle polizze vita a contenuto finanziario, mentre chi oggi ne possiede una mostra in generale un'elevata propensione a mantenerla nei prossimi 2-3 anni, il 28% di chi non la possiede considera di poterla sottoscrivere entro il prossimo triennio, costituendo così una fascia di potenziali nuovi clienti.

Tra chi non possiede già una polizza vita a contenuto finanziario, i più aperti alla sottoscrizione risultano i 35-49enni (35%), così come chi vive al Sud e nelle Isole (34%). Chi si dice orientato a sottoscrivere una polizza vita a contenuto finanziario valorizza in particolare la sicurezza del capitale, la flessibilità nei pagamenti e la protezione per la famiglia, insieme a garanzie di rendimento e benefici fiscali. Invece, chi non la possiede, ma ritiene probabile la sottoscrizione nei prossimi anni, apprezzerrebbe un'integrazione con **i servizi sanitari** (importanti per il **53%**), con una percentuale pari al 63% nelle fasce di età 50-59 anni e al 62% **tra le donne**.

I risultati evidenziano ancora una volta un panorama complesso e molto eterogeneo in riferimento alle differenze di genere, età e area geografica. Ciò che emerge in maniera preponderante è una conoscenza ancora superficiale delle assicurazioni, un dato che sottolinea l'importanza di promuovere iniziative di educazione finanziaria volte ad informare e supportare le persone nella scelta delle soluzioni assicurative più adatte alle loro esigenze e obiettivi di vita.

Informazioni su Athora Italia

Athora Italia, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora, è specializzata nell'offerta di prodotti assicurativi vita, con forti ambizioni di crescita nel mercato assicurativo italiano, con solide radici ed una consolidata esperienza nella bancassicurazione grazie ad una storia iniziata oltre 50 anni fa. Offriamo un'ampia gamma di soluzioni assicurative per soddisfare, in modo completo e innovativo, i bisogni di risparmio assicurativo, previdenza e protezione dei nostri clienti che serviamo attraverso un'ampia rete di partner distributivi composta da sportelli bancari, consulenti finanziari, private banker, agenzie e broker.

Per informazioni: www.athora.it;

LinkedIn: www.linkedin.com/company/athora-italia

Per ulteriori informazioni:

Athora Italia, Media Contact:

Close to Media: +39 02 70006237

Davide Di Battista - davide.dibattista@closetomedia.it

Elisa Gioia – elisa.gioia@closetomedia.it

Marco Gabrieli – marco.gabrieli@closetomedia.it