

## Comunicato stampa

### Osservatorio Look to the Future 2026

*I risultati di Nomisma per Athora Italia, compagnia assicurativa vita italiana del Gruppo Athora – tra i leader europei nel risparmio assicurativo e nella previdenza*

## **Risparmio e investimenti: gli italiani cercano protezione e sicurezza, ma il timore del presente frena la progettualità futura**

*Il 48% degli italiani ritiene che la liquidità disponibile sia inadeguata alle esigenze, e una famiglia su due non riesce a risparmiare. Il 61% di chi accantona risorse lascia tutto in liquidità per avere accesso immediato al denaro.*

*Cresce l'interesse verso investimenti graduali e soluzioni che uniscano rendimento, protezione e servizi accessori.*

*Nuovi strumenti digitali: il ricorso all'intelligenza artificiale riguarda il 7% di chi investe.*

*Milano, 9 giugno 2026* – La seconda wave dell'**Osservatorio Look to the Future 2026 di Athora Italia**, l'indagine realizzata in collaborazione con Nomisma che analizza il sentiment degli italiani<sup>(1)</sup> sui temi del risparmio e degli investimenti, della previdenza e della protezione, fotografa un'Italia sempre più orientata alla protezione e alla sicurezza economica, ma con una crescente difficoltà a trasformare il risparmio in progettualità di lungo periodo.

Il quadro che emerge dalla ricerca evidenzia infatti una **forte tensione tra consapevolezza finanziaria e comportamento concreto**: gli italiani identificano nell'inflazione e nell'erosione del potere d'acquisto i principali fattori che incidono sulla capacità di risparmiare ma a prevalere è una diffusa tendenza all'inattività. Anche quando il risparmio c'è, resta spesso fermo sulla soglia, frenato soprattutto dal timore di non avere denaro immediatamente disponibile in caso di necessità. Per questo motivo **oltre il 60% di chi risparmia mantiene le proprie disponibilità interamente liquide, tra conto corrente e contanti.**

I risparmiatori che scelgono di detenere i propri risparmi in forma liquida considerano la **liquidità una garanzia di disponibilità immediata (53%), un elemento che rafforza il senso di controllo (30%) e fonte di sicurezza (25%)**, elementi che confermano come oggi la paura del presente finisca spesso per prevalere sulla costruzione del futuro. Molti italiani mostrano infatti cognizione rispetto all'importanza di mantenere una quota di liquidità disponibile per affrontare imprevisti e spese quotidiane, **indicando come adeguata una riserva pari a tre o quattro mesi di spese familiari (38%)**. Nonostante ciò, **quasi la metà degli intervistati dichiara che avrebbe difficoltà a sostenere una spesa imprevista di 5.000 euro.**

<sup>(1)</sup> 1.200 interviste complete e validate, popolazione 18-75 anni, periodo di rilevazione aprile 2026

A incidere è anche il progressivo **deterioramento della capacità di risparmio**: una famiglia italiana su due dichiara che le spese eguagliano o superano le entrate, mentre il **66% segnala un peggioramento della propria capacità di accantonare risorse rispetto a 2-3 anni fa**, principalmente a causa dell'inflazione e dell'aumento del costo della vita. Il quadro non è univocamente negativo: il 51% degli italiani dichiara di riuscire comunque a risparmiare e circa un risparmiatore su due (53%) ha risparmiato in media tra il 5 e il 20% del reddito negli ultimi 12 mesi. Questo evidenzia che, accanto a una parte significativa di popolazione in difficoltà, resta una quota di popolazione capace di mantenere una certa capacità di accumulo.

Anche quando il risparmio è possibile, emerge un **approccio prevalentemente difensivo**. Le principali motivazioni che spingono ad accantonare risorse sono infatti la **protezione dagli imprevisti (54%)** e la **ricerca di tranquillità economica (48%)**. Gli obiettivi di lungo periodo appaiono invece meno centrali: tra chi risparmia per progetti futuri prevalgono spese legate al tempo libero e ai viaggi, mentre l'istruzione dei figli si colloca solo al quinto posto tra le priorità indicate.

La ricerca evidenzia però anche una **contraddizione** significativa: gli italiani non rifiutano il concetto di investimento e ne riconoscono il potenziale in termini di rendimento, ma spesso non riescono a **trasformare questa consapevolezza in azione concreta**. Il rischio viene ancora percepito in modo polarizzato, come scelta tra totale sicurezza della liquidità e strumenti considerati eccessivamente rischiosi, mentre rimane meno conosciuta l'esistenza di soluzioni intermedie capaci di combinare gradualità, flessibilità e protezione.

In questo contesto **crece infatti l'interesse verso formule di investimento progressive: il 23% dei risparmiatori investe in piani di accumulo (PAC)**, confermando la preferenza per strumenti che consentano un approccio graduale e controllato. Le priorità principali di coloro che investono sono la protezione del capitale e la possibilità di disinvestire rapidamente in caso di necessità, confermando come oggi il bisogno di controllo e flessibilità prevalga spesso sulla ricerca di rendimento nel lungo periodo.

Allo stesso tempo **emerge attenzione verso polizze vita a contenuto finanziario integrate con servizi di protezione**: tra i risparmiatori che investono e conoscono questo tipo di strumenti, quasi uno su due è interessato ad acquistare coperture legate alla non autosufficienza.

La **consulenza** continua a rappresentare un elemento centrale nel rapporto con il risparmio e gli investimenti. Chi investe si confronta principalmente con **consulenti finanziari e banche**, confermando il valore attribuito al supporto professionale nella comprensione dei prodotti e nella definizione degli obiettivi finanziari. In parallelo, iniziano però ad affermarsi anche nuovi strumenti digitali: **il ricorso all'intelligenza artificiale riguarda il 7% di chi investe e sale al 23% tra coloro che stanno valutando di iniziare a farlo**.

**Jozef Bala, Amministratore Delegato di Athora Italia**, ha commentato: *“La ricerca evidenzia come oggi gli italiani cerchino soprattutto protezione, sicurezza e controllo sulle proprie risorse economiche. Sono consapevoli di quanto sia importante ricorrere agli investimenti, ma a frenare la capacità di accantonamento e di pianificazione è soprattutto il timore di non avere accesso*

*immediato al denaro in caso di bisogno. Per questo motivo diventa fondamentale accompagnare le persone lungo tutto il loro ciclo di vita e favorire una maggiore conoscenza delle diverse soluzioni disponibili. L'obiettivo è aiutarle a trasformare il risparmio da difesa del presente a trampolino per guardare al futuro con più fiducia: in questo senso si conferma essenziale il valore della consulenza personalizzata e qualificata dei nostri partner distributivi su tutto il territorio nazionale”.*

\*\*\*

### **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, reti di consulenza finanziaria e private banking, broker, agenzie e piattaforme di comparazione.

Per informazioni: [www.athora.it](http://www.athora.it);

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/athora-italia](https://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](mailto:davide.dibattista@closetomedia.it)

Elisa Gioia – [elisa.gioia@closetomedia.it](mailto:elisa.gioia@closetomedia.it)

Marco Gabrieli – [marco.gabrieli@closetomedia.it](mailto:marco.gabrieli@closetomedia.it)

<sup>(1)</sup> 1.200 interviste complete e validate, popolazione 18-75 anni, periodo di rilevazione aprile 2026