

Ricerca BNP Paribas Cardif

“Salute 4.0: curarsi nell’era digitale, generazioni a confronto”

L’innovazione tecnologica e l’aumento delle aspettative di vita hanno cambiato profondamente il rapporto degli italiani con la propria salute e l’approccio alle cure. Se fino a pochi decenni fa il rapporto medico-paziente era molto più diretto, oggi alla presenza dei primi sintomi di una malattia il **web** è diventato il vero **punto di riferimento** per **tutte le generazioni**, dai nativi digitali fino ai Senior. Se l’età rappresentava un fattore importante per “sentirsi in forma”, oggi sembra che lo stato di benessere percepito non dipenda solo dall’anno di nascita, anzi.

E’ quanto emerge dalla ricerca “**Salute 4.0: curarsi nell’era digitale, generazioni a confronto**” commissionata da **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia¹, e condotta dall’istituto di ricerca **Eumetra MR**, per indagare la **percezione** dei cittadini maggiorenni sul fronte di **benessere** e **salute**, ma anche aspetti come l’**ipocondria**, la **spesa per la salute**, il **web** e le **fake news**, la **privacy** e la **sicurezza**, il ruolo dell’**innovazione tecnologica** e l’importanza del **settore assicurativo** privato per tutelare le famiglie.

Alla presentazione, che si è tenuta nella sede suggestiva Torre Diamante di BNP Paribas e moderata da **Nicoletta Carbone**, giornalista esperta di salute, sono intervenuti **Isabella Fumagalli** – Head of Territory for Insurance in Italy di BNP Paribas Cardif -, **Giulia Veronesi** – Responsabile della sezione di chirurgia robotica di Humanitas -, **Marco Tarantola**, Vice Direttore Generale di BNL Gruppo BNP Paribas -, **Andrea Veltri** – Chief Marketing Officer & Strategy di BNP Paribas Cardif in Italia -, **Simona Piva** – Responsabile Piano HR 2020 di Findomestic -, **Fabrizio Fornezza** – Presidente di Eumetra MR -, **Cristina Cislaghi** – Head of Media Relations di BNP Paribas Cardif in Italia -, **Giacomo Losa** – Product Manager R&D di BNP Paribas Cardif in Italia -.

Ma come si sentono gli italiani? A livello generale, una buona quota degli intervistati dichiara di sentirsi in **ottima salute** (42%), soprattutto la Generazione Z, ma **non in perfetta forma** (30%), e questo indipendentemente dall’età. Contrariamente a quanto ci si aspetti, infatti, sono i Senior a dichiarare un migliore stato di benessere percepito (40%) rispetto alle altre generazioni. La ricerca ha analizzato anche il disturbo dell’**ipocondria**, scoprendo che in Italia sono circa 9 milioni (18%) le persone maggiorenni che presentano un atteggiamento ossessivo **medio-alto**, e considerando solo chi mostra i segni di una patologia più importante (soprattutto le donne), il 79% è convinto di non essere in salute e ha speso negli ultimi 12 mesi ben l’80% in più rispetto alla media nazionale per prestazioni o acquisto di medicinali a pagamento.

E’, però, il web ad aver cambiato radicalmente il primo approccio alla malattia: se in occasione di un **problema di salute accertato** ci si rivolge principalmente al proprio **medico**, di fronte ai **primi sintomi**, invece, ci si informa prima su **internet** per farsi un’idea, anche se per i senior il medico rimane sempre un riferimento importante. Pur consultando **internet**, molti reputano questo strumento **poco attendibile**, pensano di saper distinguere una **fake news** anche se il 29% del campione è “caduto”, almeno una volta, in una “bufala” del web (i giovani sono i più esposti). Di chi ci si fida quindi? Dei **medici** e **farmacisti** al primo posto (91%) e meno del **web** e dei **social** (36%).

Gli italiani mostrano una certa **diffidenza verso l’uso delle medicine**, hanno paura di **perdere** la propria **autonomia** (66%), fanno **poca prevenzione**, soprattutto gli uomini, e pensano che per mantenersi in salute sia sufficiente avere una **corretta alimentazione** e fare **attività fisica**. Negli ultimi 12 mesi, l’88% ha dovuto sostenere una spesa di “tasca propria” per curarsi, **spendendo in media circa 268 euro**, e il **58%** ha dovuto rinunciare almeno una volta nella vita alle cure per **questioni economiche**, soprattutto alle prestazioni più costose come il dentista.

Il **giudizio sul SSN** è moderatamente positivo, ma non sempre apprezzato (solo il 20% si dichiara molto soddisfatto e il 40% abbastanza). I più critici sono i cittadini del Sud Italia e delle Isole, mentre l’insoddisfazione è legata principalmente ai **tempi di attesa** e al **costo del ticket**. Questo ha spinto negli ultimi 12 mesi molti consumatori (44%) a rivolgersi alle Compagnie assicurative per tutelarsi con una polizza privata sulla salute. Se da un lato restano tanti

¹ Classifica ANIA 2017



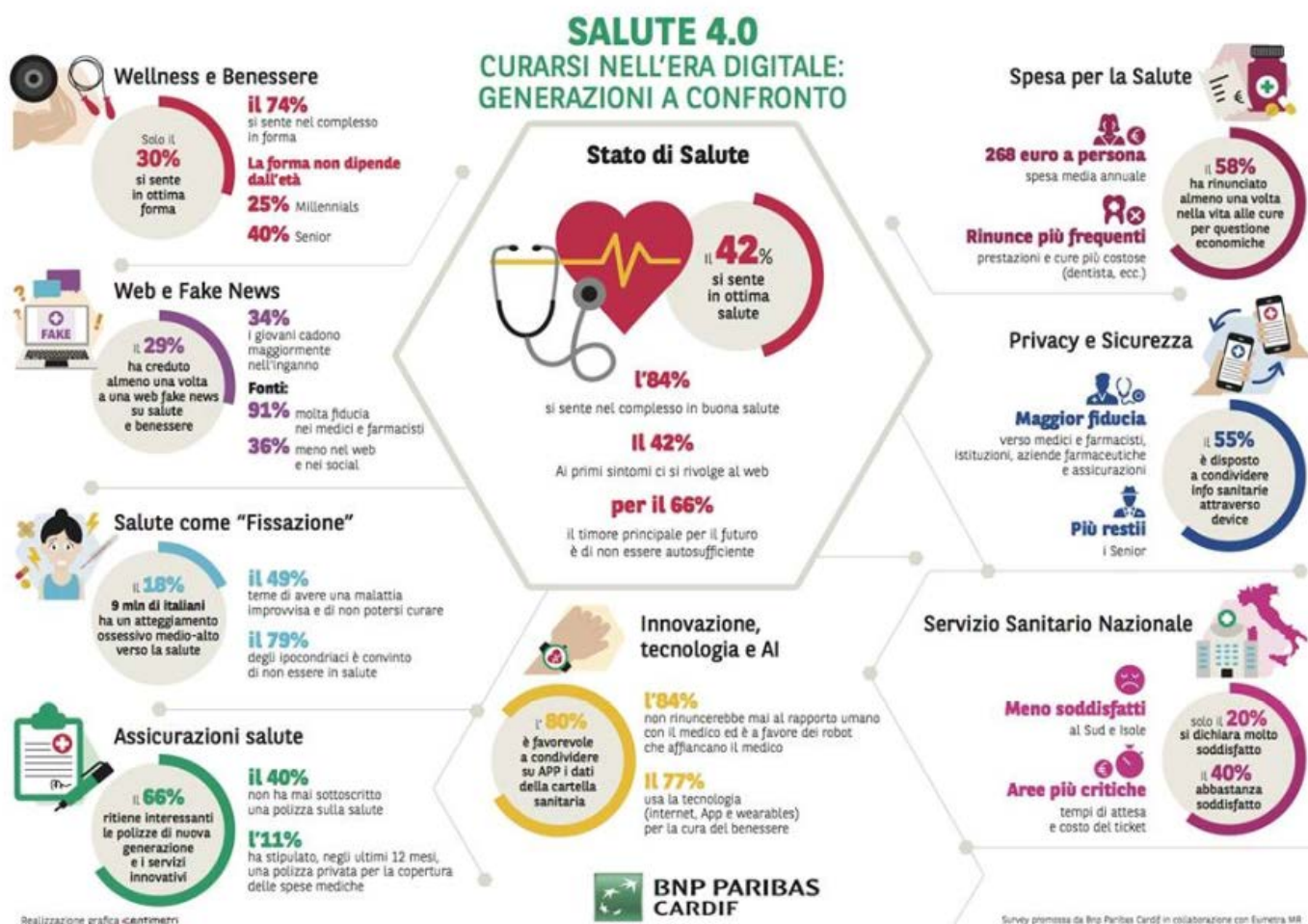
gli italiani che non hanno mai attivato una polizza, dall'altro ben due terzi mostrano un interesse verso i prodotti di nuova generazione.

E il rapporto con l'innovazione e la tecnologia? Otto su dieci sono favorevoli a condividere su App i dati della propria cartella sanitaria e il 77% usa la tecnologia (internet, App e wearable) per la cura del proprio benessere. Conoscono l'intelligenza artificiale ma preferiscono sempre la "mano dell'uomo" (84%). Per quanto riguarda la **condivisione dei propri dati sanitari** tramite device, il 55% sarebbe disposto a farlo purché gli interlocutori siano sempre medici o farmacisti, istituzioni, aziende farmaceutiche e le assicurazioni. Su questo aspetto i più restii sono i Senior (39%).

"Negli ultimi anni abbiamo avviato un percorso di analisi per interpretare i nuovi trend dei consumatori e per capire come le nuove tecnologie influenzino e cambino costantemente le loro abitudini, considerando anche le differenze generazionali - afferma Isabella Fumagalli, Head of Territory for Insurance in Italy di BNP Paribas Cardif -. Prima con i millennials, poi con gli Over 65, adesso con la ricerca sulla salute, l'obiettivo è quello di anticipare le esigenze dei clienti partendo dai fenomeni sociali, capirne i bisogni anche in base alle fasce d'età, e "costruire" insieme a loro prodotti di nuova generazione con servizi innovativi e completi. Le persone sono sempre più ispirate dalle web company, non solo i nativi digitali, e non si accontentano più di un interlocutore assente. Vogliono qualcuno che faccia parte del loro percorso di vita, chiedono di interagire, di essere coinvolti, di avere una customer experience che punti su velocità, flessibilità e facilità d'uso. Oggi più che mai dobbiamo diventare a tutti gli effetti un punto centrale nella strategia di benessere delle famiglie nel lungo periodo. Si tratta, quindi, di una sfida anche etica per tutto il settore assicurativo, in cui le Compagnie devono riappropriarsi del loro ruolo sociale."

METODOLOGIA

La survey è stata realizzata da **Eumetra MR** per **BNP Paribas Cardif** nel mese di maggio 2018 e condotta su un campione della popolazione maggiorenne tramite 1.011 interviste con il metodo C.A.W.I. (Computer Aided Web Interviewing). Il campione è stato suddiviso per **Genere** - Donne (48%) e Uomini (52%), **Età** - Gen. Z (13%); Millennials (20%); Gen. X (47%); Baby Boomers (19%); Senior (1%) - e **Area geografica**.



PRINCIPALI HIGHLIGHTS

La ricerca **“Salute 4.0: curarsi nell’era digitale, generazioni a confronto”** è stata commissionata da **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia², e condotta dall’istituto di ricerca **Eumetra MR**, per indagare la **percezione** dei cittadini maggiorenni sul fronte di **benessere e salute**, ma anche aspetti come l’**ipocondria**, la **spesa per la salute**, il **web e le fake news**, la **privacy e la sicurezza**, il ruolo dell’**innovazione tecnologica** e l’importanza del **settore assicurativo** privato per tutelare le famiglie. Di seguito i principali highlights:

Italiani e salute: ai primi sintomi si utilizza il web e la principale paura è perdere l’autonomia

La **percezione sulla propria salute** è ritenuta **buona o ottima dall’84% degli italiani**, ma solo la metà è convinto di avere una «salute di ferro». In questo caso essere giovani aiuta, mentre le donne sono leggermente meno entusiaste.

Il 39% della popolazione ha avuto negli ultimi 12 mesi **problemi di salute**, al di là dei normali malesseri stagionali: in questi casi il primo a cui ci si rivolge è proprio il medico di famiglia (per il 57%), un dato comunque non elevatissimo. Solo l’8% ha cercato una cura sul web e l’11%, invece, si è affidato al “fai da te”.

Ma il comportamento cambia quando si analizzano i **primi sintomi di una malattia**: la maggior parte (42%) si informa su **internet per farsi un’idea del problema**, prima di rivolgersi al medico. Con una curiosità: a farlo in maniera più marcata non sono solo i giovanissimi, ma anche i senior, anche se per questi ultimi il medico ha sempre un ruolo prioritario. Solo il 22%, invece, si reca fisicamente spesso dal medico per avere il suo consiglio.

Per quanto riguarda le cure c’è una **certa diffidenza verso l’uso delle medicine**, ma non si parla di rifiuto: quattro italiani su dieci sono favorevoli e solo il 23% è contrario. I più propensi all’uso sono gli uomini e la popolazione più matura.

Per rimanere in forma, il detto popolare del **“buon senso nel mangiare e nel bere e fare attività fisica”** (per il 54%) vince su tutti, anche sulla **prevenzione**, indicata solo dal 33% del campione. E su quest’ultimo aspetto, sono soprattutto le generazioni più mature, e leggermente le donne, a praticare maggiormente concrete strategie di prevenzione.

Ma nonostante una salute percepita buona, per il 92% non mancano i timori: tra questi la paura di **perdere l’autonomia** e dover **pesare sui propri familiari** (indicata dal 66% e più marcata da 54 anni in su), seguita dall’**avere una malattia improvvisa e non poter sostenere le spese mediche** (per il 49%), un tema particolarmente sentito dalle donne.

Wellness e benessere: la forma percepita non è legata all’età

Se sulla propria salute gli italiani hanno espresso giudizi tendenzialmente positivi, il dato cala alla domanda **“quanto ti senti in forma”**: il 74% degli intervistati dichiara **“Molto o abbastanza”**, ma di questi solo il 30% si sente in perfetta forma, nonostante una quota molto alta di persone investa in varie attività per tenere alta la qualità della vita (88%).

Una forma, almeno quella percepita, che non è comunque legata all’età: non è vero, infatti, che i giovani si sentono più in forma delle persone più mature.

Cosa fanno gli italiani per il proprio benessere? Innanzitutto cercano di **“vivere”**: il 72% indica la **“cura del tempo”** investendo nelle proprie passioni e nelle relazioni. Ma non manca chi punta a **“limitare gli eccessi”** (62%), tra cui fumo, alcol e cibi dannosi, al **“riposo e allo svago”** (54%) e alla **“cura del corpo”** (45%). Inoltre, per la cura del benessere il 77% usa la tecnologia tra **internet** (55%), **App per smartphone e/o PC** (45%) e i **wearables** (29%).

Spesa delle famiglie per la salute. Costa troppo? Rinuncio a curarmi.

In Italia sono tanti i cittadini in difficoltà. Ben il 58% della popolazione maggiorenne ha rinunciato almeno una volta nella vita a servizi, prestazioni o medicinali a pagamento per questioni economiche. Le rinunce principali? Al primo posto rientrano le **prestazioni e cure a maggior impatto** come il dentista o le sedute di fisioterapia, indicate dal 52%, seguite dai **medicinali e prodotti per la salute** (integratori, prodotti omeopatici, ecc.) dal 36% e dagli **esami preventivi e di controllo** dal 35%. Quanto hanno speso gli italiani negli ultimi 12 mesi? Ben l’88% ha richiesto almeno una prestazione o ha acquistato un medicinale a pagamento, spendendo in media circa 268 euro.

Salute come fissazione: ipocondriaci ma non troppo...

² Classifica ANIA 2017



**BNP PARIBAS
CARDIF**

L’assicurazione
per un mondo
che cambia

Circa il 18% della popolazione, pari a 9 milioni di adulti, sembra essere caratterizzato da un tratto ossessivo medio-alto nei confronti di un sintomo o di una malattia. Ma in generale l'ipocondria non può essere considerato un asset nazionale.

Considerando solo chi mostra i segni di una patologia più importante, chi sono e quali caratteristiche presentano? In prevalenza sono donne (72%), con titolo di studio alto e del Sud Italia (43%); tutti pensano spesso di essere malati e hanno una percezione del loro stato di salute molto basso (79% vs una media del 16%). Rispetto alla media nazionale (39%), la quota dei cittadini ipocondriaci che negli ultimi 12 mesi ha dichiarato di aver avuto almeno un **problema di salute** oltre i normali malanni di stagione sale al 74%. Tanti vivono nel terrore di avere una malattia improvvisa e di non poter sostenere le spese mediche (79%) e hanno speso negli ultimi 12 mesi per prestazioni o acquisto di medicinali a pagamento, una media di circa 482 euro, +80% rispetto alla media nazionale.

Salute, web e fake news

Quando si parla di informazione su un tema sensibile come quello della salute, è facile "cadere" in una fake news. Di quali fonti si fidano gli italiani? Senza dubbio della categoria dei **medici / farmacisti** (91%), mentre solo il 36% considera sicuro il "web e i social", il 26% le "istituzioni pubbliche" e il 21% i "media".

Per quanto riguarda il web, la maggior parte degli intervistati (89%) è comunque consapevole che internet contenga tante inesattezze, ma il 75% non è preoccupato perché convinto di saper distinguere tra fake news e vere notizie. Nonostante questo, a livello generale sono ben 14,5 milioni gli italiani maggiorenni (29%) che hanno creduto almeno una volta a una fake news letta su internet, e i più giovani sono i più esposti.

Dal giudizio sul SSN alle assicurazioni private sulla salute: interesse per le soluzioni innovative

Cosa pensano gli italiani del **servizio sanitario nazionale**? I giudizi sono **moderatamente positivi**, con sei su dieci che dichiarano di essere molto (20%) o abbastanza (40%) soddisfatti. Il SSN non è sempre apprezzato, soprattutto dai cittadini del Sud Italia e delle Isole, dove la soddisfazione non supera il 50%, ma resta comunque il punto di riferimento per gli italiani. I **tempi di attesa** (86%), il **costo del ticket** (56%), le **strutture non adeguate** (54%) e la **qualità del servizio** (51%) sono le aree più critiche.

Sono probabilmente questi alcuni dei motivi che hanno spinto molti cittadini a rivolgersi alle Compagnie assicurative per proteggere la propria salute. **Negli ultimi 12 mesi, infatti, il 44% dei cittadini ha sottoscritto o rinnovato una polizza.** Si tratta di un mercato potenziale molto elevato: se da un lato sono tante le persone non coperte da una polizza assicurativa sulla salute, dall'altro ci sono **due terzi degli intervistati che esprimono un interesse verso soluzioni di polizze innovative** che offrano, oltre alla copertura in caso di sinistro, anche servizi come la rete di medici convenzionati, gli sconti o le App per monitorare lo stato di salute.

Innovazione: dai servizi tecnologici all'Intelligenza Artificiale

Quasi otto italiani su dieci usa la tecnologia (internet, App, wearables) per la cura del benessere e per tenersi in forma, ma la rivoluzione digitale riguarda anche la parte dei servizi. Per questo è stato chiesto agli italiani quanto prenderebbero in considerazione alcuni **servizi tecnologici** se fossero disponibili tramite App. Primi tra tutti, a pari merito con l'80%, sono stati segnalati la **cartella clinica elettronica** e la **rete di medici specialisti** a disposizione in caso di necessità. Le **App o strumenti per monitorare il proprio stato di salute** sono indicati dal 76%, **gli sconti per le cure attraverso una rete di medici specialisti o dentisti convenzionati** dal 75%.

E per quanto riguarda l'Intelligenza artificiale? Nonostante la maggior parte degli italiani abbia sentito parlare di AI applicata alle pratiche mediche, ben **l'84% non rinuncerebbe mai al rapporto umano con un medico.** Per otto su dieci, infatti, la tecnologia **deve supportare il medico aiutandolo a fare meglio il suo mestiere**, non sostituirlo.

Privacy e Sicurezza: l'interlocutore conta

Per gli italiani la **privacy sulla salute** è un aspetto molto importante e non tutti affiderebbero a chiunque le proprie informazioni in materia di salute. E questo non cambia con l'introduzione di nuovi dispositivi tecnologici. In media, solo poco più della metà (55%) condividerebbe tramite device o simili le proprie informazioni, e i più restii sono ovviamente i Senior. In questo caso l'interlocutore della condivisione conta molto. Se si tratta del proprio **medico o farmacista**, infatti, la disponibilità sale di molto (83%). Dopo il medico e i farmacisti, le istituzioni e le aziende farmaceutiche, sorprendentemente rientrano le **assicurazioni**, indicate dal 9% dei casi.



L'assicurazione
per un mondo
che cambia

BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif dal 1989 sviluppa e distribuisce in Italia prodotti assicurativi per i segmenti Protezione e Risparmio attraverso diversi canali (www.bnpparibascardif.it). N. 1 a livello mondiale nel creditor insurance*, BNP Paribas Cardif svolge un ruolo essenziale nella vita dei clienti assicurati, fornendo soluzioni di risparmio e protezione che consentono loro di realizzare i propri obiettivi e di proteggersi dagli eventi imprevisti. In quanto società impegnata, BNP Paribas Cardif mira ad avere un impatto positivo sulla società e a rendere l'assicurazione accessibile al maggior numero possibile di persone. In un mondo caratterizzato da nuove abitudini e stili di vita emergenti, la Compagnia, filiale di BNP Paribas, si avvale di un modello di business unico fondato sulla partnership. L'offerta assicurativa viene sviluppata in co-creazione con circa 500 distributori partner di vari settori (banche e istituti finanziari, società automotive, aziende retail, telcos, utilities, consulenti finanziari indipendenti e broker...) che ne garantiscono la commercializzazione al cliente finale. Con una presenza in 35 paesi, e forte posizionamento in tre regioni (Europa, Asia e America Latina), e con 100 milioni di clienti, BNP Paribas Cardif si è affermata come specialista a livello globale nell'assicurazione personale e svolge un ruolo importante a sostegno dell'economia. Con oltre 10.000 dipendenti nel mondo**, BNP Paribas Cardif ha raggiunto nel 2017 una raccolta premi pari a 29,7 miliardi di €.

Segui le ultime notizie su BNP Paribas Cardif:



* Fonte: Finaccord 2017

** Personale delle entità giuridiche controllate da BNP Paribas Cardif: circa 8.000 dipendenti

Per informazioni

MY PR

Roberto Grattagliano
Francesca Cappello
02 54123452 - 3389291793
roberto.grattagliano@mypr.it
francesca.cappello@mypr.it

BNP Paribas Cardif Italia

Cristina Cislaghi
Head of Media Relations
cristina.cislaghi@cardif.com



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**L'assicurazione
per un mondo
che cambia**