

# Comunicato Stampa



## Italiani: preoccupati per la salute, i sintomi li cercano su internet

- **Più di 1 adulto su 3 pensa di non essere in buona salute e il 40% ha sofferto di ansia nell'ultimo mese. Una delle cause principali? Il lavoro.**
- **Ancora basso il ricorso all'assicurazione sanitaria.**

C'è la salute tra le preoccupazioni principali degli italiani. In linea con quanto avviene anche nel resto del mondo, le paure di una malattia grave (41%), della diffusione di pandemie (36%) o di soffrire di salute precaria (28%) pesano meno solo delle preoccupazioni legate a terrorismo (47%) e precarietà sul lavoro (43%). Oltre 1 italiano adulto su 3, infatti, ritiene che la propria condizione di salute non sia buona, ma solo "media" (27%) o "cagionevole" (7%).

È quanto emerge dal Consumer Attitudes Survey, indagine internazionale realizzata dal gruppo assicurativo Aviva - tra i leader in Europa e presente in Italia dal 1921 - sulla percezione della propria salute in 14 paesi del mondo.

### ANSIA: NE HA SOFFERTO IL 40% NELLE ULTIME QUATTRO SETTIMANE

Alla domanda sull'ansia, il 40% degli italiani adulti afferma di averne sofferto nel mese precedente all'indagine. Un dato inferiore solo a quello dell'India, dove i livelli di ansietà si attestano al 60%.

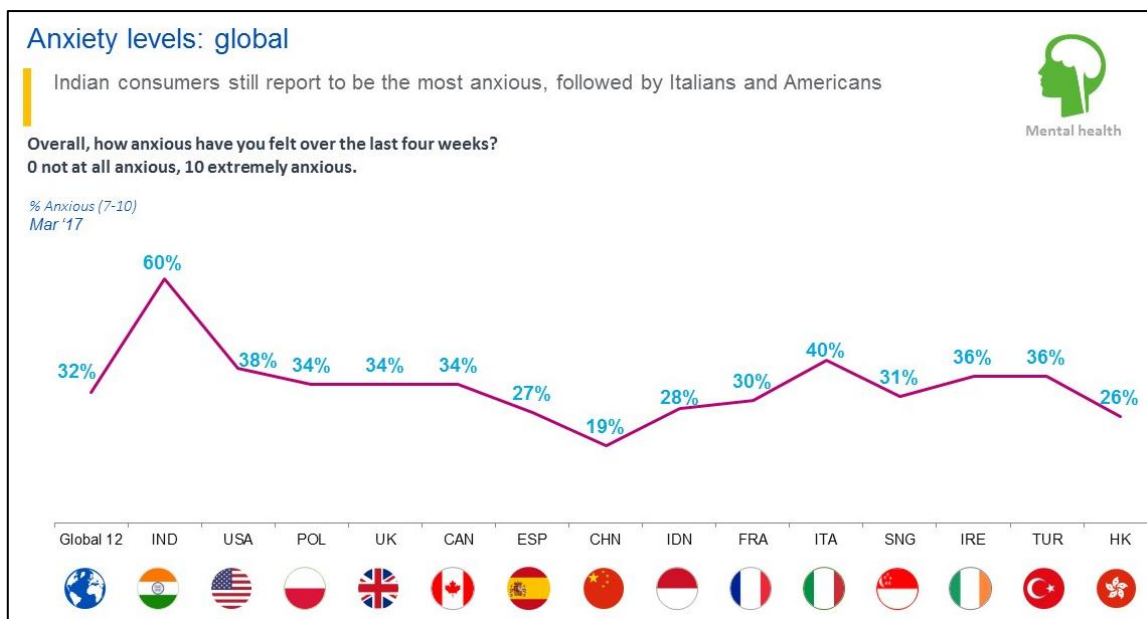


Figura 1 Livelli di ansia nei vari paesi

Sentirsi meno stressati, ansiosi o depressi, infatti, è in cima alle ambizioni di salute degli italiani (33%). Seguono il desiderio di dormire meglio (28%) e quello di perdere peso/migliorare la propria forma fisica (25%). La causa principale dello stress? Per 2 italiani su 5 è il lavoro. Una situazione che si riflette anche nelle fasce d'età più giovani: il 35% delle persone tra i 18 e i 34 anni teme un aumento del livello di stress e

# Comunicato Stampa



depressione nel corso dei prossimi 12 mesi, mentre l'insicurezza lavorativa è la preoccupazione principale per quasi la metà dei Millennials<sup>1</sup>.

## INVECCHIARE PREOCCUPA MENO DELLE MALATTIE

In cima alla lista delle preoccupazioni degli italiani legate al proprio benessere fisico, ci sono le patologie gravi (30%), che preoccupano ben più degli effetti dell'invecchiamento sulla salute (18%).

Nonostante in Italia la popolazione adulta utilizzi il web o le app come strumenti di pagamento o di gestione in misura minore rispetto agli altri paesi analizzati (-8%), quando si tratta di informarsi su sintomi o diagnosi mediche, gli italiani sono tra i più assidui nella ricerca di informazioni online (41%; +9%).

A proposito di ricerche online su sintomi e patologie, italiani e irlandesi (rispettivamente 41% e 39%) sono superati soltanto da turchi e indonesiani (rispettivamente 42% e 48%). Affidarsi al web per trovare questo genere di informazioni è una pratica meno diffusa in Cina (16%) e India (5%). Una curiosità: rispetto alla media degli altri paesi analizzati, gli italiani sono anche più propensi a leggere su forum e social media le esperienze di altre persone con stessi sintomi, patologie o disturbi.

## ASSICURAZIONI SANITARIE

La salute risulta quindi essere tra le principali preoccupazioni degli italiani. Tuttavia meno di 1 partecipante al sondaggio su 10 afferma di possedere un prodotto assicurativo dedicato. I valori risultano invece più alti in altri Paesi europei come ad es. la Francia in cui la percentuale sale al 34%.

Nel dettaglio, tra gli italiani partecipanti al sondaggio, solo l'8% ha dichiarato di possedere un'assicurazione sanitaria privata e ancora meno – il 6% dei rispondenti – afferma di avere una forma di copertura sulle malattie gravi.

**Arianna Destro, Chief Customer Officer di Aviva**, ha commentato: *“Nonostante la salute sia una preoccupazione centrale per gli italiani, il ricorso alle assicurazioni dedicate è ancora basso. Le polizze assicurative giocano un ruolo importante per garantire tranquillità e sicurezza e credo che spetti anche a noi, aziende leader nel panorama assicurativo nazionale, agevolare un cambiamento di prospettiva. Come Aviva, abbiamo già da tempo intrapreso questo percorso. Abbiamo messo a punto prodotti completi e allo stesso tempo semplici da comprendere e utilizzare, dedicati alla protezione della salute della persona e della famiglia. Inoltre stiamo già pensando al futuro, progettando soluzioni digitali e partnership con start up per costruire insieme nuovi servizi in questo ambito”*

\*\*\*\*\*

---

<sup>1</sup> Per Millennials si intendono i nati tra il 1980 e il 1995

# Comunicato Stampa



## METODOLOGIA E CAMPIONE

Lo studio internazionale Aviva Consumer Attitudes Survey è stato condotto da IPSOS Mori su un campione di 1.000 adulti maggiorenni, tramite panel online, per ognuno dei seguenti paesi: Indonesia, Hong Kong India, Singapore, Turchia, Polonia, Italia, Spagna, Francia, UK, Irlanda, USA e Canada. Unica eccezione è stata la Cina, dove sono state condotte 1.515 interviste tramite una metodologia mista (panel online e interviste face-to-face). Le interviste sono state condotte nel periodo marzo-maggio 2017.

I dati sono rappresentativi del profilo della popolazione adulta presente sul web in ciascun paese.

## **Note per i redattori**

Aviva offre una gamma di prodotti per la tutela della salute, pensati per rispondere alle esigenze tutti anche grazie a coperture flessibili e personalizzabili. Tutte le informazioni sono disponibili [a questo link](#).

## **Chi è Aviva:**

### **Solidità, Semplicità, Innovazione: le 3 parole chiave di Aviva.**

- **Solidità:** Con oltre 300 anni di storia e 33 milioni di clienti in 16 Paesi, Aviva è uno dei principali gruppi assicurativi al mondo. Aviva Italia ha una capillare presenza sul territorio, grazie a oltre 500 agenzie plurimandatarie, consulenti finanziari e accordi con primari gruppi bancari italiani (come UBI Banca, Unicredit, Banca Popolare di Bari). Aviva Italia è un'azienda in crescita (utile operativo 2016 circa +10% vs.py), con oltre 550 dipendenti e riconosciuta tra le aziende "Top Employers Italia". Aviva vuole ricambiare la fiducia accordatagli dagli oltre 2 milioni di Clienti italiani, investendo in attività no-profit in Italia come ad esempio l'"Aviva Community Fund".
- **Semplicità:** In un settore complesso e articolato, Aviva ha scelto la semplicità come codice base della relazione con i propri clienti con soluzioni e comunicazioni chiare, trasparenti e immediate.
- **Innovazione:** Aviva investe sul futuro, sull'innovazione tecnologica "Fintech" per migliorare sempre più i rapporti con i clienti. Per questo, a livello mondiale ha creato tre centri di eccellenza: i "Digital Garage" di Londra, Singapore e Canada; e in Italia Aviva collabora con PoliHub, il centro-incubatore di start-up del Politecnico.

## **Contatti ufficio stampa**

### Cohn & Wolfe - Ufficio stampa Aviva

Silvia Colleoni / Alessandra Caccia

Tel. 02.202391

e-mail: [silvia.colleoni@cohnwolfe.com](mailto:silvia.colleoni@cohnwolfe.com)

e-mail: [alessandra.caccia@cohnwolfe.com](mailto:alessandra.caccia@cohnwolfe.com)

### Ufficio stampa Aviva

Elisa Peretti / Anna Lisa Sartori

Tel. 02 2775 6672

e-mail: [elisa.peretti@aviva.com](mailto:elisa.peretti@aviva.com)

e-mail: [annalisa.sartori@aviva.com](mailto:annalisa.sartori@aviva.com)