

Presentazione dei risultati dell'indagine su  
**CONOSCENZE E COMPORTAMENTI ASSICURATIVI DEGLI**



Realizzata da

**BIB dell'Università di MILANO-BICOCCA e DOXA**

**In collaborazione con Herbert Simon Society**

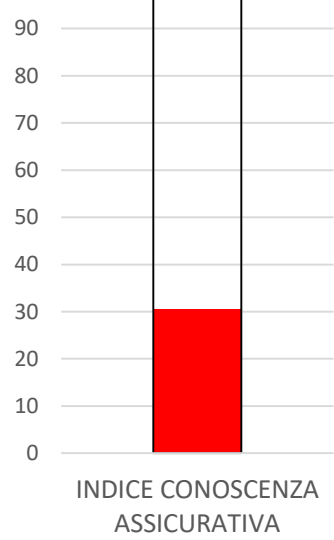
**20 maggio 2021, ore 15.00 – 17.15**



# BEHAVIORAL INSIGHTS BICOCCA-BIB

Indagine Ivass realizzata al BIB in collaborazione con la **Herbert Simon Society** da:

- **Riccardo Viale** (BIB)
- **Laura Macchi** (BIB)
- **Veronica Cucchiarini** (BIB)
- **Davide Pietroni** (Herbert Simon Society ed Università di Chieti)
- Con la collaborazione di Valeria Castoldi, Federico Perlino e di Alessio Mazzullo



# OVERCONFIDENCE CONOSCENZA DI BASE E DEI PRODOTTI (indice reale solo 30)....

- 60% dichiara di conoscere i concetti assicurativi (premio, franchigia e massimale)
- 13,90% risponde correttamente
- 39% dichiara di conoscere i prodotti assicurativi (infortuni, temporanea caso morte, vita e previdenza complementare).
- 1 sola persona su 2053 risponde correttamente

# .....AGGRAVATA DAL BIAS DELL'AUTONOMIA

LEI HA SOTTOSCRITTO ANCHE POLIZZE NON OBBLIGATORIE.

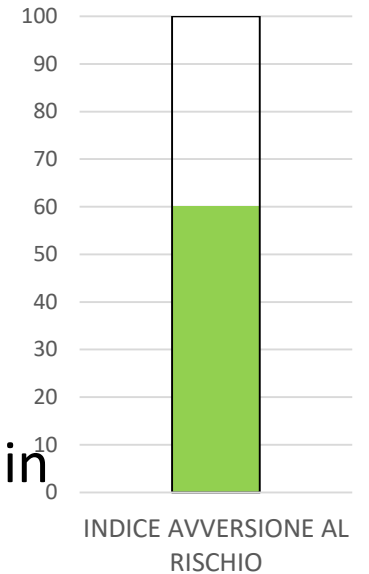
PERCHÉ HA DECISO DI SOTTOSCRIVERE ANCHE POLIZZE NON OBBLIGATORIE?

Perché ha deciso di sottoscrivere anche polizze non obbligatorie?	%
Le è stata proposta dall'agente/intermediario assicurativo	43,7%
È stato influenzato dalla pubblicità	1,5%
Ha sottoscritto dopo un evento critico accaduto a lei o suoi conoscenti	10,8%
È stato influenzato dalla lettura di dati statistici relativi all'incremento della frequenza del sinistro	4,4%
È stata una sua iniziativa, sulla base della percezione di un bisogno, non influenzata da altre persone o eventi esterni	68,7%

# SUFFICIENTE AVVERSIONE AL RISCHIO

**I risultati mostrano che gli italiani sono cautelativamente avversi al rischio, con un indice di avversione al rischio medio di 60,2.**

- Non emergono differenze di genere. Sono invece più avversi al rischio i giovani e, in generale gli under 64, rispetto ai più anziani, con una maggiore propensione al rischio in chi ha più di 74 anni.
- Chi è maggiormente avverso al rischio si assicura di più ed è evidente la maggior propensione al rischio in chi non possiede polizze assicurative.
- Per quanto concerne le aree geografiche, le Isole sono quelle con una maggior propensione a rischiare, mentre il Nord Est si dimostra più avverso al rischio.
- Coloro che possiedono dal diploma di scuola media superiore in su mostrano livelli di avversione al rischio più alti.



# POSITIVA ATTITUDINE VERSO L'ASSICURAZIONE

- Quando gli intervistati sono chiamati a scegliere
- QUALE SIA LA LORO ATTITUDINE VERSO IL COMPORTAMENTO ASSICURATIVO,
- solo l'8,4% conferma che l'assicurazione non abbia senso,
- mentre il 21,2% fa propria la convinzione che bisogna assicurarsi solo contro rischi molto probabili
- **ed il 70,4% anche per quelli poco probabili.**
- Gran parte del campione (61,9%) si dichiara abbastanza e persino molto (11,3%) serena nell'affrontare gli imprevisti della vita dopo aver sottoscritto un prodotto assicurativo.

# MA POCHE ASSICURAZIONI....SALUTE ED INFORTUNI

- Questa scissione si riscontra poi per quanto riguarda i timori più sentiti per il presente o il futuro. Fra i più sentiti emergono i problemi di salute per malattie o infortuni (**76,7%**), ma coloro che sottoscrivono una Polizza Malattie sono solo **il 10.6%** del totale degli intervistati, percentuale che sale al **20,2%** per la Polizza Infortuni.
- Vi è quindi un chiaro disallineamento fra autorappresentazione del proprio comportamento assicurativo in rapporto all'avversione al rischio e reale scelta assicurativa.
- Cause comportamentali: time discounting e bias dell'ottimismo

# E.....CATASTROFI NATURALI

- Paradossalmente anche se il timore connesso alle calamità naturali è maggiore nel Sud e nelle Isole rispetto al Nord, è proprio al Nord che si riscontra una maggiore percentuale di sottoscrizione di queste polizze
- circa Nord 20% vs. Sud nel 4,1% e Isole nel 3,5%.
- Cause comportamentali: time discounting, bias dell'ottimismo e fallacia dello scommettitore

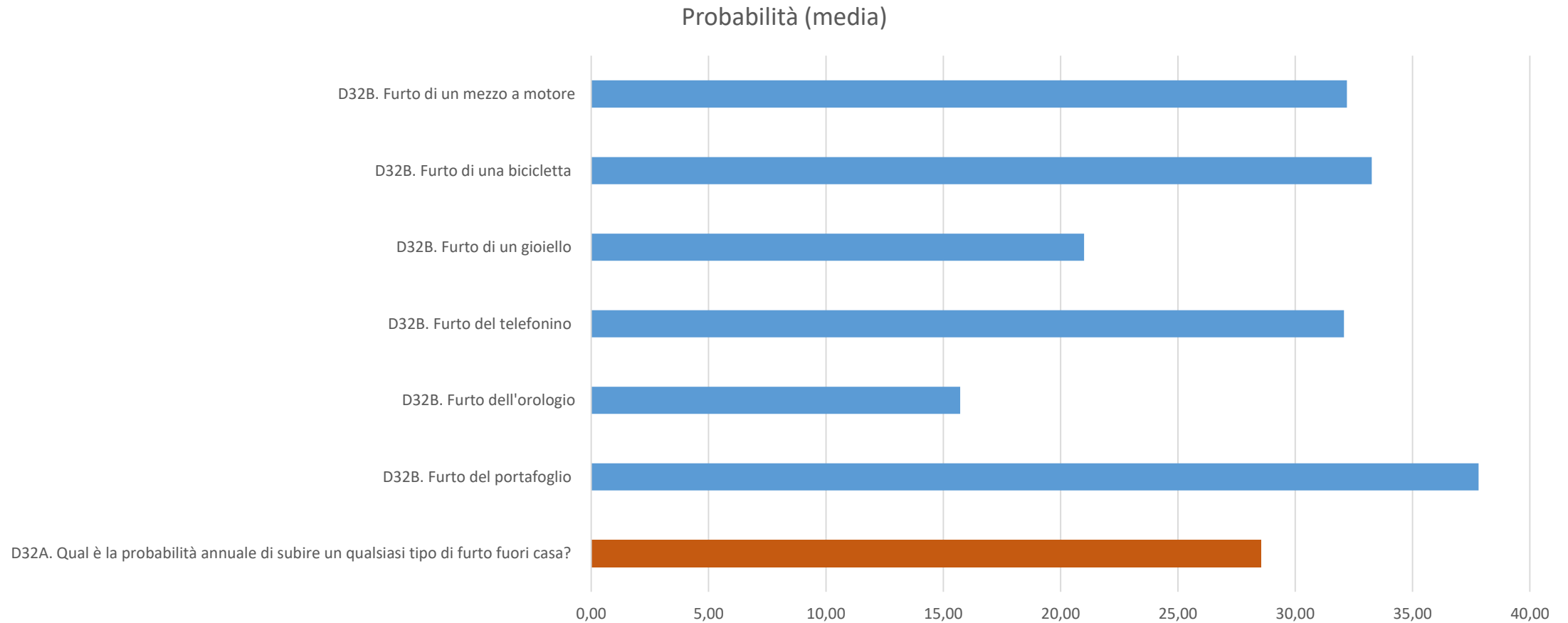


# RUOLO DESCRESCENTE DELLA FIDUCIA

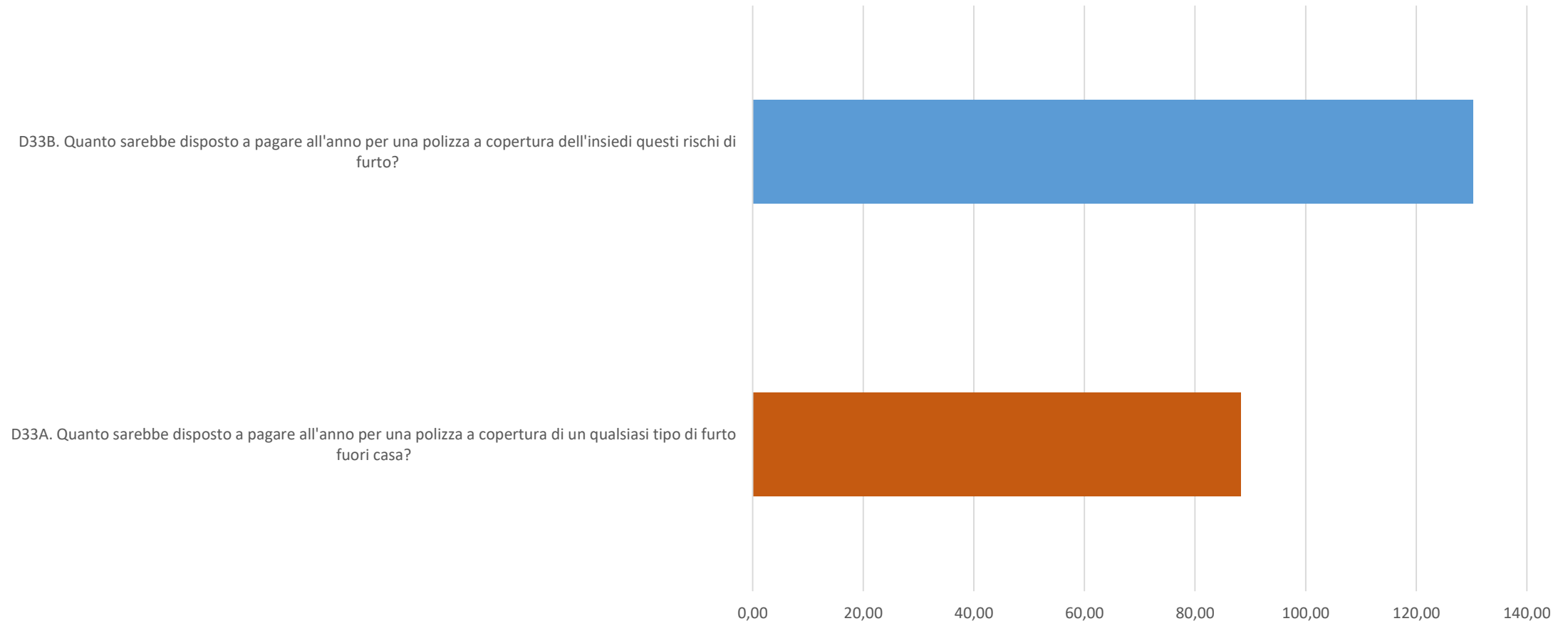
- il ruolo decrescente della fiducia come fattore portante nella scelta assicurativa soprattutto nelle fasce più **giovani, con maggiore istruzione e fra i sottoscrittori di polizze online.**
- Il tradizionale modello dell'assicuratore come persona di fiducia, che veniva a casa e con cui si aveva un rapporto quasi come con il medico di famiglia, si sta indebolendo
- a favore della **TRASPARENZA E SEMPLICITÀ DEI PRODOTTI E DELLA PROFESSIONALITÀ DELL'ASSICURATORE.**

# ESEMPIO DI BOUNDED RATIONALITY

## ASSICURATIVA: L'EFFETTO SPACCHETTAMENTO



Vi è una tendenza nelle persone di assegnare giudizi di probabilità inferiori ad una descrizione “impacchettata” di un evento rispetto alla somma delle probabilità che vengono assegnate agli elementi esclusivi ed esaustivi che costituiscono l’evento. Questo fenomeno ha il nome di “subadditività implicita” ed è stato studiato approfonditamente da Tversky e Koehler (1994) con la “teoria del supporto”.



# RISK LITERACY

Dal punto di vista dell'**alfabetizzazione al rischio**, i dati mostrano che più di un terzo del campione non distingue **rischio** (condizione in cui sono determinate le conseguenze di un evento e le probabilità ad esse associate) da **incertezza** (rischio non calcolato o non calcolabile).

In realtà, poche situazioni decisionali riescono ad individuare tutte le opzioni possibili e ad attribuire loro una probabilità → le decisioni sono in questo caso prese in condizioni di incertezza.

# Rischi conosciuti e quantificabili

- L'intervento chirurgico X ha una mortalità associata del 5%



Valutazione «semplice» e esplicita

# Rischi conosciuti e mal valutabili

## **cascate di rischio**

Conosciamo le serie di processi ma le incertezze associate e cumulate rendono la quantificazione ipotetica del rischio di fatto impossibile



# RISCHIO vs. INCERTEZZA

Ritenere che esista in generale la possibilità di **determinare e calcolare la probabilità** dei fenomeni potrebbe influire **negativamente sui comportamenti precauzionali** dei soggetti.

Invece,

la **considerazione dell'incertezza, come condizione in cui non viene calcolata la probabilità associata alle conseguenze** di un evento può promuovere maggiori comportamenti di tipo **precauzionale e di tutela**, anche assicurativa

(data la ben nota avversità generale all'ambiguità e all'incertezza di eventi futuri).

# Qualche fallacia ...

- **Fallacia dello scommettitore** (più del 40%) ritengono **meno probabile** che si ripresentino incidenti in quanto già avvenuti.
- **Effetto framing**: la propensione ad assicurarsi aumenta (dal 51,2% al 61,5%) quando si passa dal frame positivo a quello **negativo**.
- **Affect heuristics**: diversa ponderazione della stessa bassa probabilità in relazione alla dimensione **emozionale** connessa agli eventi da valutare (furto vs. lotteria) → negativa-sovrastima.

# PERCENTUALI vs. FREQUENZE

**il ruolo psicologico del linguaggio delle percentuali rispetto a quello delle frequenze naturali**

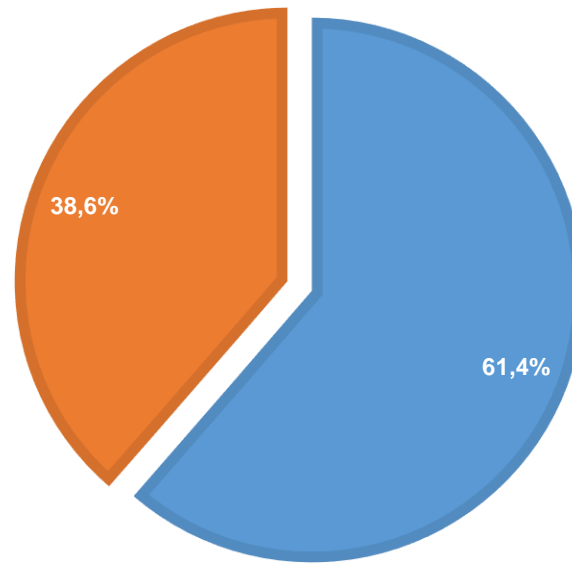
Sebbene a fronte della possibilità di **subire ad es. un'ingente perdita**, la percezione del rischio e la risposta ad esso, siano **simili** sia adottando una rappresentazione della probabilità in termini di percentuali che di frequenze naturali,

in generale, **con conseguenze meno estreme**, l'uso di frequenze sembra offrire una rappresentazione chiara e quindi più ecologica del rischio del verificarsi di un evento, quando **le percentuali sono fornite senza l'indicazione del campione a cui si riferiscono (base line)**.



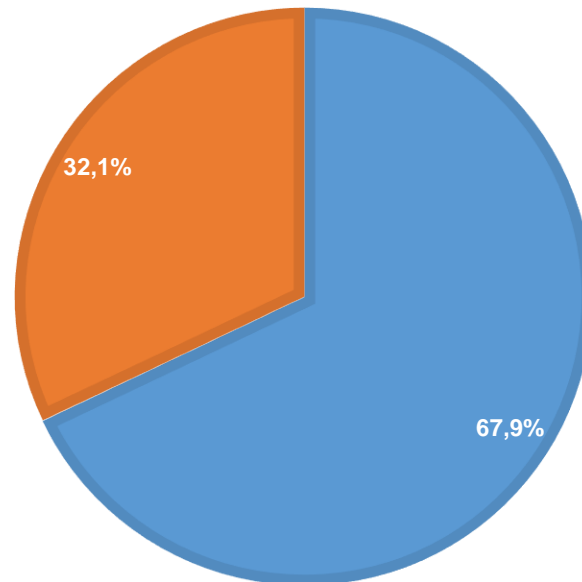
**Percezione del rischio aumenta** se la probabilità è espressa in frequenze -> quando la probabilità espressa in percentuali è molto bassa (1%) e non è indicato il campione di riferimento (base line)

■ su 1500 persone contagiate 15 hanno sviluppato la malattia  
■ vi è l'1% di probabilità di manifestare la malattia dopo il



Si considera più **informativa** la probabilità espressa in percentuale, anche quando, **in assenza del campione di riferimento**, le percentuali in realtà non consentono di capire la reale entità della probabilità... «**aumenta del 100%**» → possibile distorsione

- aumenta la guarigione del 100% rispetto alle terapie precede
- in un campione di 10.000 pazienti la terapia guarisce 2 pers



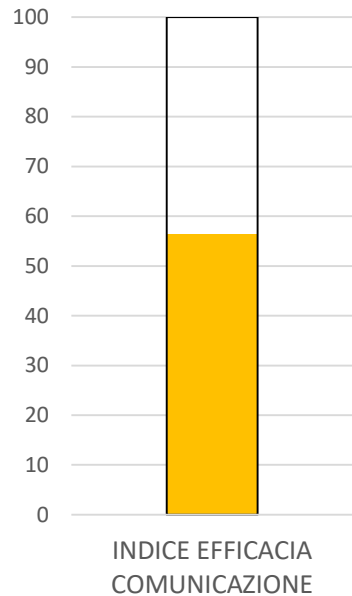
# Un altro esempio di possibile distorsione

rischio di furto è

• «raddoppiato» vs. «da 1 su 1000 a 2 su 1000»

Disponibilità a pagare in media

55,24 Euro di più vs. 43,74 Euro



# Indice di efficacia della COMUNICAZIONE ASSICURATIVA

Il punteggio medio della valutazione dell'efficacia della comunicazione assicurativa è di **56,3**.

Più del 50% degli intervistati manifesta insoddisfazione rispetto alla comprensibilità con solo il 34% che considera abbastanza comprensibile il set informativo dei prodotti assicurativi

Emergono differenze rispetto al titolo di studio:

- chi possiede una **laurea (triennale o magistrale) attribuisce un punteggio più basso** all'efficacia comunicativa assicurativa rispetto a chi ha una scolarità più bassa (licenza media inferiore).

# la scarsa comprensibilità, opacità e complessità delle polizze

Sembra essere rilevata maggiormente da chi è più **consapevole** della sua importanza:

- in quanto dispone di strumenti interpretativo-culturali maggiori (con alta scolarizzazione, oltre il 67%).
- o perché più abituato ad assicurarsi provenendo dal settore privato - occupato o indipendente - che ha in media più coperture assicurative rispetto all'occupato dipendente
- o con un certo grado di autonomia decisionale (sottoscrizione polizze online)

Coloro che non dispongono di tali strumenti o non hanno fiducia nelle proprie competenze in materia assicurativa →

pur dando una valutazione generalmente migliore alla comprensibilità delle polizze

tendono ad affidarsi preferibilmente all'**intermediario** su base prevalentemente fiduciaria.

# Le principali caratteristiche comunicative

che dovrebbe avere un contratto di assicurazione:

- oltre ad una generale comprensibilità del **linguaggio contrattuale** (54,1%)

emerge la richiesta di maggiore chiarezza su **aspetti specifici**, quali:

- franchigie e scoperti (53,2%)
- durata del contratto (44,1%)
- chiarezza su casistiche coperte/scoperte (42,5%)

## Euristica *less-is-more*

importanza della presenza di uno **schema sintetico**, che consenta l'accesso diretto alle informazioni attraverso l'eliminazione degli aspetti che in generale **ostacolano** maggiormente la comprensione: **lunghezza** del testo e adozione di una **terminologia autoreferenziale**.

→ in particolare, da parte degli intervistati al di sotto dei 54 anni e in possesso di un titolo di studio superiore (diploma superiore e ancor più laurea triennale o magistrale) e da coloro che sottoscrivono polizze online.

Rappresentazione di [William Holland](#) della Coffee House di [Edward Lloyd](#) a [Londra](#) nel [1789](#).

