

Presentazione dei risultati dell'indagine su

“Conoscenze e comportamenti assicurativi degli italiani”

Intervento di

Stefano De Polis

Segretario Generale IVASS

20 maggio 2021

Desidero anch'io fare qualche considerazione e mettere a fuoco in chiave prospettica alcuni punti che reputo importanti dei risultati dall'indagine commissionata dall'IVASS e curata dal prof. Riccardo Viale con il team di Bicocca e DOXA.

Innanzitutto un ringraziamento agli estensori del rapporto e alle colleghe e ai colleghi dell'Istituto che hanno seguito con grande impegno e dedizione le varie fasi del progetto sin dalla sua ideazione.

L'indagine è un primo passo per avere una fotografia dello stato delle conoscenze e dei comportamenti assicurativi degli italiani, da cui muovere per giungere alla definizione di affidabili strumenti di misurazione del livello di alfabetizzazione assicurativa: tra le utilità del lavoro c'è sicuramente quella di averci fornito una ricca mole di informazioni, importante per individuare gli obiettivi e i temi verso cui orientare le politiche e le iniziative di educazione assicurativa e per valutarne nel tempo i risultati.

Sono sicuro che il lavoro che oggi presentiamo – unico anche nel panorama internazionale, come ha ricordato il Presidente in apertura dei lavori – favorirà il dibattito sui temi dell'alfabetizzazione assicurativa, con ulteriori analisi e approfondimenti che potranno portare a definire – magari sotto l'egida dell'OCSE e con il contributo dell'EIOPA - una robusta metodologia condivisa che in futuro potrà rendere possibili confronti anche tra Paesi.

A questo fine, in linea con la filosofia che informa l'attività del Comitato nazionale per l'educazione finanziaria - Edufin, condivideremo l'intero patrimonio informativo raccolto pubblicandolo sul sito dell'IVASS. L'augurio è che le Università e i centri di ricerca utilizzino i dati per promuovere ulteriori analisi e approfondimenti anche metodologici.

Il “profilo assicurativo” degli italiani che emerge dall'indagine, definito dai contratti di protezione più acquistati, mostra che, fatta eccezione per la copertura RC Auto, le polizze non obbligatorie sono sottoscritte da una parte esigua degli intervistati.

In ordine di diffusione decrescente troviamo le assicurazioni sulla casa, di RC familiare, sugli infortuni, sul caso morte ed infine quelle relative alla previdenza

complementare, alle calamità naturali, alla protezione del credito, alle malattie, ai rischi professionali e agli animali domestici¹. Non si tratta invero di una novità; è la fotografia della ben nota situazione di sottoassicurazione che connota il nostro Paese, peraltro con importanti divari territoriali. Rispetto al Nord, la percentuale degli italiani che non hanno alcuna polizza ad eccezione di quelle obbligatorie è quasi il doppio al Centro e il triplo nel Sud/Isole. Una contrazione della propensione assicurativa che sembra colpire soprattutto le polizze casa, calamità naturali e RC Famiglia.

Dalle risposte fornite, una correlazione - positiva - molto significativa emerge tra profilo assicurativo e titolo di studio. Chi è in possesso di un grado di istruzione più elevato, tende a fornire risposte maggiormente corrette ai quesiti sulla conoscenza dei concetti di base e dei prodotti e sulla logica assicurativa; mostra livelli più alti di avversione al rischio².

Quanto detto, conferma l'importanza della scuola nella strategia di educazione assicurativa, ed è coerente con quanto è emerso sulla valutazione della cultura assicurativa in Italia, che la maggior parte degli intervistati (oltre il 70%) ritiene non adeguata. Non solo, ma all'aumentare della conoscenza assicurativa e del titolo di studio (laurea triennale e magistrale) cresce la convinzione che la cultura assicurativa non sia sufficiente.

È opinione degli intervistati che questo *gap* conoscitivo andrebbe colmato innanzitutto ad opera delle istituzioni pubbliche (60,0%) (IVASS, Consob, Banca d'Italia, Ministero dello Sviluppo Economico) e delle compagnie assicurative, banche e intermediari assicurativi (45,5%). Solo una percentuale di intervistati decisamente inferiore (in prevalenza costituita da laureati triennali) ritiene che anche la scuola e i *media* possano svolgere questa funzione. Persino coloro che hanno dei figli non attribuiscono alla scuola un ruolo nel processo di alfabetizzazione assicurativa.

¹ Il 32% dichiara di avere una polizza casa, appena sopra il 20% le polizze infortuni e Responsabilità Civile del Capofamiglia, segue la polizza caso morte al 17,8%, e appena sotto il 17% la polizza vita per risparmio o per previdenza complementare. Il 13% possiede una polizza in caso di calamità naturali, il 10,6% polizze per malattia e polizze per la protezione del credito, solo il 6% si assicura per garantirsi un sostegno economico in caso di perdita dell'autosufficienza.

² Dalle risposte al questionario, la conoscenza di base cresce con l'aumentare della scolarizzazione e il possesso del diploma di scuola media superiore sembra determinarne un particolare incremento. Così per la conoscenza dei prodotti, riguardo alla quale anche in questo caso è il diploma di scuola media superiore a determinare un *cut-off* significativo. Coloro che possiedono dal diploma di scuola media superiore in su mostrano livelli di avversione al rischio più alti. Anche la logica assicurativa aumenta proporzionalmente al crescere del titolo di studio.

Una chiara indicazione che i programmi di educazione assicurativa dovranno riguardare al contempo la popolazione adulta e i giovani. Per le nuove generazioni, i cittadini di domani, la scuola rimane una fondamentale comunità educante: non fornisce risposte immediate ma è l'unica in grado di dare una prospettiva all'esigenza di cambiare in profondità una situazione oggi insoddisfacente. E' quindi evidente la necessità di politiche ad ampio respiro che, attraverso l'inserimento nei programmi scolastici di fondamentali argomenti di logica finanziaria e assicurativa consentano di evitare difetti di miopia nei giovani e nel contempo favoriscano il recupero del *gap* conoscitivo nella popolazione adulta.

Tra le cause che spingono gli intervistati a non sottoscrivere contratti di assicurazione emerge (67,5%) il costo della polizza. Inoltre, non risulta sempre chiaro che estensione delle garanzie e ammontare del premio da pagare all'assicuratore sono due facce della stessa medaglia.

Emergono difficoltà nel comprendere che all'aumentare del rischio assicurato corrisponde in genere un aumento del premio. Appena il 28% del campione, nel valutare una polizza, tiene conto delle esclusioni oltre che degli eventi coperti, denotando un atteggiamento assicurativo più evoluto; solo il 61,8% ha presente che una polizza senza franchigie è più costosa di una che ne abbia, in quanto il sottoscrittore tramite la franchigia accetta di tenere a proprio carico una parte del rischio ritenuta sostenibile.

La scarsa comprensibilità della polizza (50%), la sfiducia nei confronti di compagnie e intermediari assicurativi (42%) ed esperienze negative pregresse (28%) sono le altre cause che, secondo l'indagine, frenano la sottoscrizione di polizze. Ciò dimostra quanto sia importante costruire un rapporto di fiducia tra impresa/intermediario e clientela sin dal momento in cui si fornisce l'informativa pre-contrattuale e successivamente per tutta la durata del contratto e in particolare nella fase di gestione dei sinistri.

Si impone con chiarezza l'esigenza di trasparenza e correttezza manifestata dalla clientela. Importante sarà il ruolo che in questa prospettiva potranno svolgere compagnie e intermediari.

I comportamenti attesi in capo a imprese e intermediari sono precisi: realizzare prodotti semplici e chiari in grado di rispondere alle effettive esigenze che emergono dal profilo assicurativo del sottoscrittore, spiegati con accuratezza e ben compresi dal cliente

nei loro termini essenziali (coperture, limitazioni/esclusioni, costi) e gestiti con correttezza in fase liquidativa.

Dall'indagine emerge inoltre che ricorre alla sottoscrizione di polizze on-line una percentuale ancora esigua del campione intervistato: il 16,9% ma solo il 5,9% acquista polizze esclusivamente su internet. Valuteremo nei prossimi mesi se nel post pandemia – che ha fatto fare un balzo in avanti, non solo in Italia, alla digitalizzazione – le abitudini di acquisto si modificheranno, e con quale intensità, anche nel mercato assicurativo.

I progetti di educazione assicurativa dovranno, in ogni caso, ampliarsi a ricomprendere anche l'alfabetizzazione digitale della clientela atteso l'ormai inseparabile legame tra le due dimensioni: queste, unitamente alla correttezza percepita dei comportamenti, appaiono in grado di fondare un nuovo rapporto di fiducia, che tanta importanza riveste – come emerso dalla ricerca – anche nel settore assicurativo.

Le politiche di alfabetizzazione assicurativa che in stretta sinergia con il Comitato Edufin verranno definite non potranno prescindere da un fattivo coinvolgimento di tutti gli attori del sistema per fornire agli italiani, sin dal primo ordine di studi, gli elementi di base della finanza, delle assicurazioni, della previdenza e dell'educazione digitale, strumenti ormai essenziali per raggiungere una più piena e informata cittadinanza economica. La maggiore capacità dei cittadini di divenire agenti consapevoli della propria vita economica e sociale è di fondamentale importanza anche per aiutare il Paese ad essere meno vulnerabile nelle congiunture sfavorevoli e guardare al futuro con maggiore fiducia.

Conclusioni

Come dicevo poc'anzi, lo studio che viene presentato oggi è molto ricco di spunti che informeranno il nostro lavoro nei mesi e anni a venire. Vorrei concludere richiamando l'importanza di lavorare insieme – autorità, operatori economici, associazioni dei consumatori, scuola, università e società civile - sui temi dell'alfabetizzazione assicurativa.

L'educazione assicurativa è uno strumento molto potente per garantire l'effettiva tutela dei cittadini ma anche la stessa efficienza del mercato assicurativo: in presenza di evidenti lacune, come emerge da questa prima indagine, le scelte possono essere non

razionali ovvero poco efficaci e/o costose. A contrario una più solida cultura assicurativa può far superare i limiti che oggi hanno i sottoscrittori nell'individuare e valutare con metodo la convenienza a trasferire a operatori professionali – le assicurazioni – i rischi percepiti come non gestibili in proprio.

In una parola l'educazione assicurativa, come insieme di processi cognitivi, comportamenti e competenze, deve porsi l'obiettivo di sviluppare nei cittadini la capacità di *praevidere*, cioè di saper presagire le necessità future e prendere per tempo misure razionali adatte a fronteggiarle e superarle, sia come atteggiamento abituale sia in presenza di particolari circostanze. Si torna alla previdenza, un termine antico, ma necessariamente da declinare in modo nuovo, al passo con l'evoluzione dei mercati e dell'economia digitale.