



Dalla salute alla mobilità:

nuove risposte a nuove
esigenze in una società
che cambia



Sommario

INTRODUZIONE	3
WELFARE AZIENDALE: la salute rimane il benefit più desiderato	4
FOCUS: invecchiamento demografico e non autosufficienza	7
ANSIA E DEPRESSIONE: gli italiani scelgono lo psicologo	8
MEDICINA DIGITALE: il ruolo dei videoconsulti	10
MONDO AUTO: perché il noleggio a lungo termine è destinato a crescere	12
NOTA SU BLUE ASSISTANCE	14

Introduzione

È giunta alla terza edizione l'indagine del Blue Assistance Monitor dedicata al sentiment e alle esigenze degli italiani in materia di salute.

Dal welfare aziendale al benessere psichico, dalla medicina digitale alla prevenzione di genere, la nuova ricerca ha evidenziato l'evoluzione del bisogno di assistenza intercorso nell'ultimo anno nel nostro Paese, in un contesto generale che vede nel benessere e nella cura della persona valori-guida centrali tanto per le organizzazioni quanto per i singoli.

Alla luce del trend di denatalità dell'Italia, e del corrispondente invecchiamento demografico, il presente paper dedica inoltre un approfondimento al tema della non autosufficienza, evidenziando sia le sue implicazioni economiche e sociali sia il ruolo positivo e attivo che le aziende possono ricoprire attraverso benefit dedicati.

Allargando lo zoom oltre il mondo della salute, la ricerca ha infine dedicato un capitolo al settore dell'auto, interessato negli ultimi anni da trend evolutivi che rendono particolarmente significativo indagare le nuove esigenze e conseguentemente le formule di mobilità più ambite dai connazionali. L'indagine si è in particolare soffermata sul noleggio a lungo termine, evidenziandone le prospettive future e gli spazi di crescita anche nell'uso dei privati.

Lanciato nel 2021, il Blue Assistance Monitor è un **progetto di ascolto e analisi del sentiment degli italiani** condotto in collaborazione con un primario istituto di ricerca.

Attraverso la rilevazione delle opinioni di un campione rappresentativo della

popolazione nazionale, il Monitor vuole contribuire a **fare cultura e informazione** su temi centrali per la vita e il benessere degli individui.

Grazie alla possibilità di ricavare insights puntuali e aggiornati sui trend dell'assistenza, il Monitor mette inoltre a disposizione un patrimonio di informazioni che ci permette di **continuare a sviluppare soluzioni innovative e al passo coi tempi** per le persone, le aziende e i player di settore: **compagnie, broker, bancassurance, casse, mutue, fondi sanitari**.

I capitoli che seguono illustrano sinteticamente i principali risultati dello studio.



Welfare aziendale: la salute rimane il benefit più desiderato

Analogamente a quanto osservato nelle precedenti edizioni del Blue Assistance Monitor, **la salute si conferma saldamente al primo posto** tra le soluzioni di welfare aziendale più desiderate dagli italiani.

Quasi nove intervistati su dieci (87%) vorrebbero infatti dal proprio datore di lavoro servizi e coperture per visite mediche ed esami diagnostici - un'aspettativa che accomuna



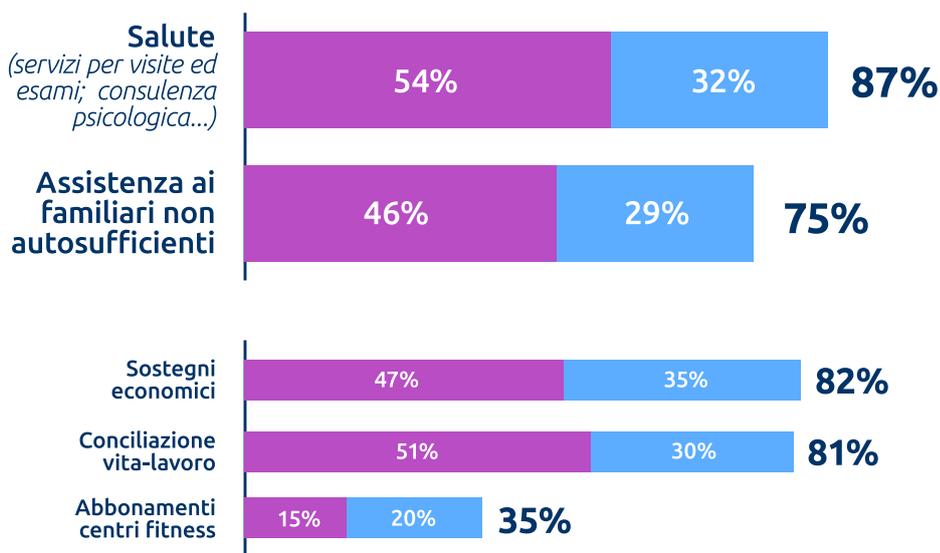
le diverse fasce d'età e non registra variazioni percentuali tra uomini e donne.

Nella classifica dei benefit più desiderati, non è poi irrilevante osservare come **oltre un italiano su tre - il 35% - vorrebbe usufruire di abbonamenti a condizioni**

agevolate per palestre e centri fitness, una "richiesta" che si può inquadrare nella sempre maggior centralità del benessere e nel consolidarsi di una mentalità virtuosa che vede nell'esercizio fisico una componente centrale della prevenzione.

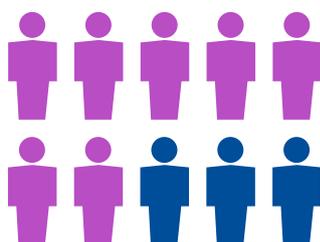
Welfare aziendale: la salute resta al primo posto per gli italiani

- Molto importante
- Importante



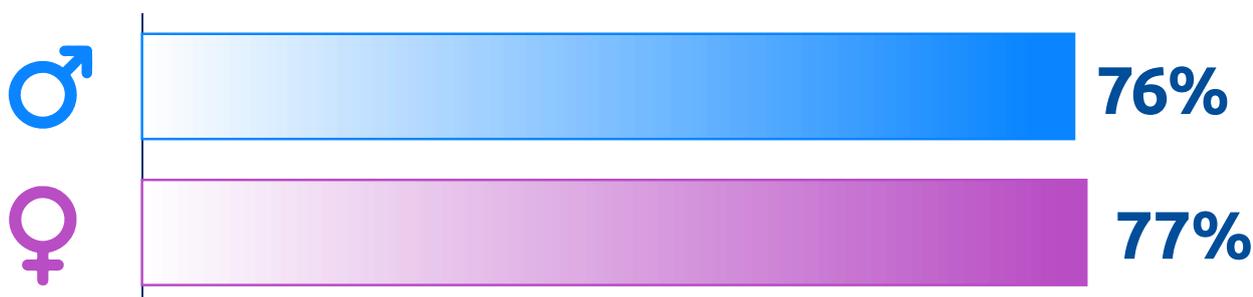
Rimanendo in tema di prevenzione, **per ben sette italiani su dieci (77%)** la possibilità di disporre di prestazioni mediche all'interno dei pacchetti di welfare aziendale può contribuire in misura significativa a ridurre il tradizionale gender gap nella gestione della salute di genere, che, come noto, vede ancora oggi solo una quota contenuta di uomini sottoporsi a controlli andrologici nel corso della loro vita.

Welfare aziendale:



Per **7 italiani su 10** il welfare aziendale può ridurre il gap nella prevenzione sulla salute di genere.

Sono dell'opinione:



Alla domanda su quali prestazioni vorrebbero dal datore per la cura anche della **salute dei figli**, nel segno di un welfare aziendale capace di allargare i suoi benefici anche alla famiglia, i connazionali indicano innanzitutto



Welfare aziendale e figli

Quali prestazioni dovrebbe offrire il datore di lavoro?

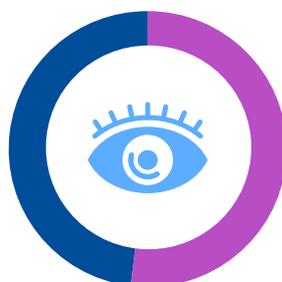
(Quesito a risposta multipla)

le **cure odontoiatriche (69%)** e quelle **oculistiche (52%)**.

Un rispondente su cinque (20%) considera irrinunciabili anche i servizi di consulto psicologico, soprattutto per i figli in età adolescenziale.



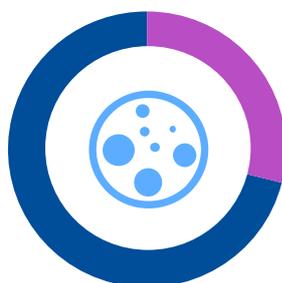
69%
Dentista



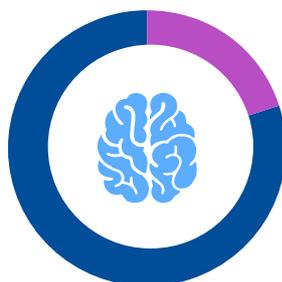
52%
Oculista



44%
Pediatra



29%
Esami di laboratorio



20%
Psicologo

Focus: invecchiamento demografico e non autosufficienza

Come evidenzia il grafico di pagina 5, **sono ben sette su dieci (75%) gli italiani che vorrebbero che l'azienda mettesse a disposizione coperture per la gestione della non autosufficienza dei familiari**, una sensibilità che assume particolare rilievo alla luce del quadro sia attuale sia prospettico del fenomeno nel nostro Paese.

Secondo l'Istat, infatti, sono quasi 4 milioni gli anziani con grave riduzione dell'autonomia nelle attività quotidiane e nella vita domestica. **La quota di coloro che presentano gravi difficoltà funzionali aumenta al crescere dell'età**, passando dal 14,6% tra i 65-74enni al 32,5% tra i 75-84enni fino a quadruplicare (63,8%) tra gli ultra ottantacinquenni.

La famiglia resta il pilastro principale dell'assistenza, anche se, specifica l'Istat, "la rete di aiuti familiari e quella di aiuti informali hanno subito nel tempo un forte ridimensionamento per le dinamiche demografiche e i mutamenti sociali iniziati dagli anni '60. In una situazione delle reti di aiuto già critica, coorti di anziani sempre più numerose alimenteranno nel prossimo decennio la domanda di assistenza, rendendo indispensabile la programmazione di adeguati interventi di welfare".

In questo scenario, l'invecchiamento della popolazione farà aumentare i bisogni di cura e assistenza: secondo il Rapporto Osservasalute, infatti, nel 2028 ci saranno



1,6 milioni di over 65 non in grado di svolgere le attività quotidiane per la cura di se stessi mentre gli anziani con problemi di autonomia, ad esempio nel preparare i pasti o gestire le medicine e le attività domestiche, arriveranno a quota 4,7 mln.

La questione ha importanti implicazioni economiche: **dal 2020 al 2070**, stima la Ragioneria dello Stato, **il rapporto fra spesa pubblica per LTC e PIL passerà infatti dall'1,9% al 2,8%.**

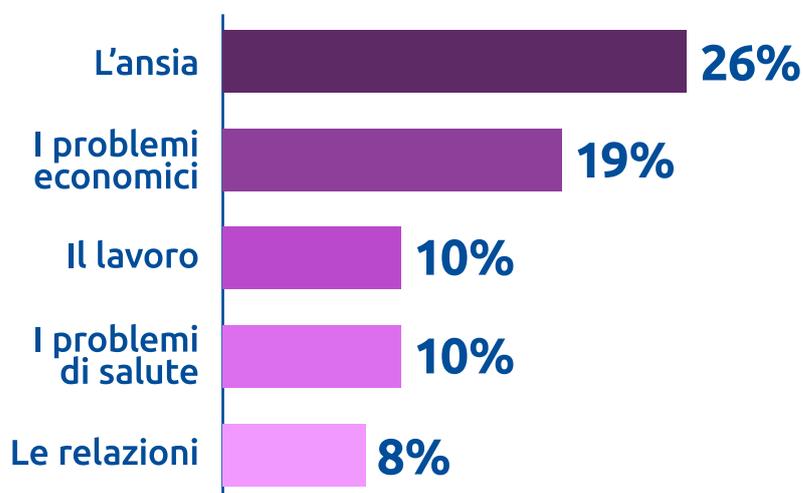
Ansia e depressione: gli italiani scelgono lo psicologo

Prima di qualsiasi altro fattore, tanto nella sfera privata quanto in quella pubblica e lavorativa, **è l'ansia la principale ragione che oggi spingerebbe gli italiani a rivolgersi a uno psicologo**: ben uno su

quattro (26%) esprime questa inclinazione, con l'obiettivo di migliorare il proprio benessere mentale e riuscire a gestire una problematica che può arrivare a ridurre la qualità della vita.

Dallo psicologo perchè...

I 5 principali motivi per cui gli italiani si rivolgerebbero a un professionista

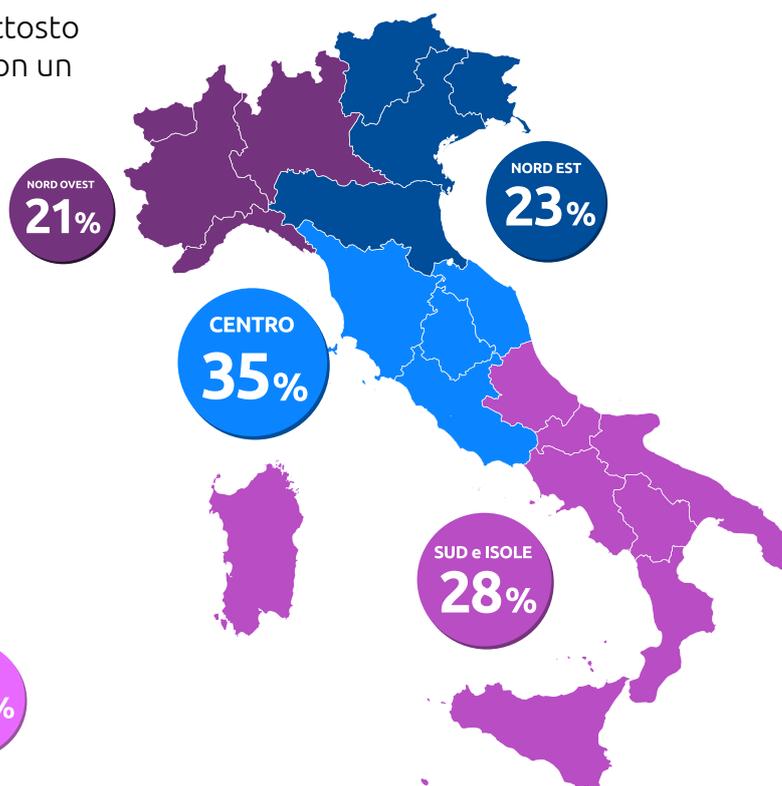


Il sentiment si ripartisce in modo piuttosto omogeneo sul territorio nazionale, con un picco del 35% nel Centro Italia.

La geografia dell'ansia

Quota di italiani che si rivolgerebbe a uno psicologo per gestirla

Media nazionale 26%



Nel rapporto col professionista, **la qualità umana della relazione (35%)** che si può instaurare, e che porta ad “aprirsi” sul proprio sé, rappresenta l’aspetto più importante per gli italiani, seguito dai costi (34%) della terapia. Un ulteriore 24% sottolinea anche la comodità e la facilità nella prenotazione.

La ricerca ha inoltre rinnovato la sua attenzione alla tematica della **depressione**, patologia che oggi colpisce complessivamente tre milioni di italiani. Anche sotto questo punto di vista l’analisi evidenzia una marcata sensibilità dei connazionali verso il ricorso al consulto psicologico e sottolinea come un ruolo attivo possa essere ricoperto dalle stesse aziende, anche alla luce delle ripercussioni negative che la depressione può generare sulla sfera lavorativa e la produttività.

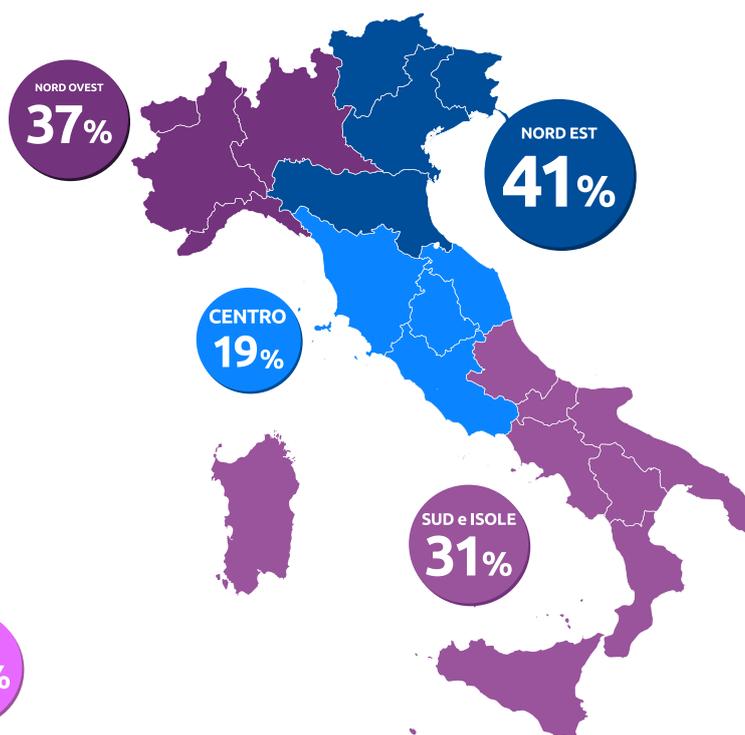


▶ Depressione in aumento

Quale ruolo per il welfare aziendale?

Lo psicologo si conferma la soluzione più desiderata per i dipendenti

Valore nazionale 32%



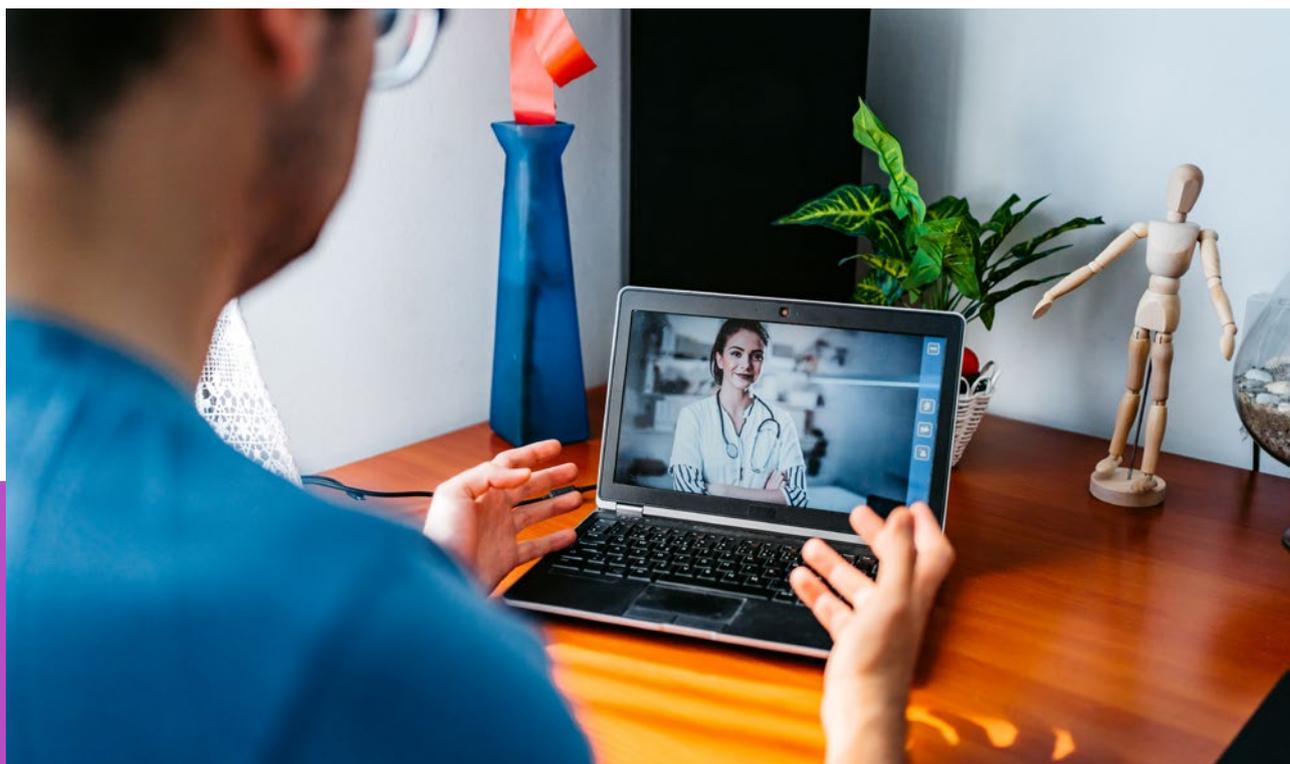
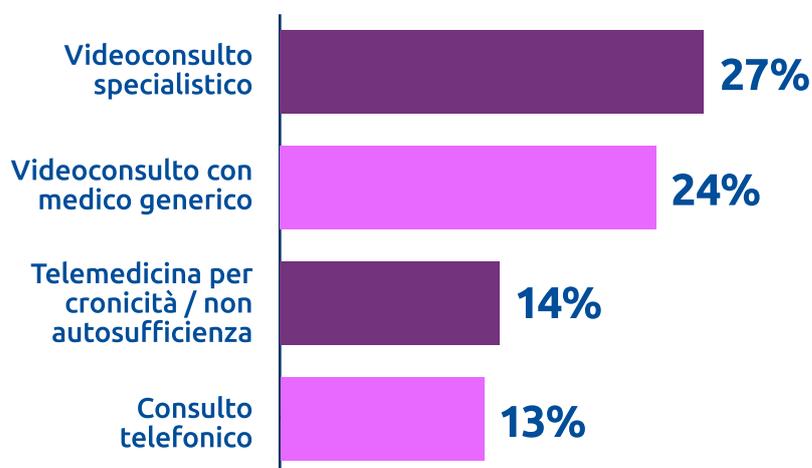
Medicina digitale: il ruolo dei videoconsulti

Sono ben **otto su dieci (84%)** gli italiani che si confermano propensi a ricorrere a servizi di medicina digitale nel prossimo futuro.

Il più gettonato appare il videoconsulto con un medico specialista (27%), seguito da quello con un medico di medicina generale (24%), opportunità particolarmente utile soprattutto nei giorni e nei momenti non coperti dal medico di famiglia.

► Medicina digitale

Quali servizi userebbero sempre di più gli italiani in futuro?



I benefici attesi dei videoconsulti variano in base all'età.

I rispondenti della fascia 18-34 anni vedono in questo servizio un potente incentivo per i giovani al prendersi cura della propria salute e benessere.

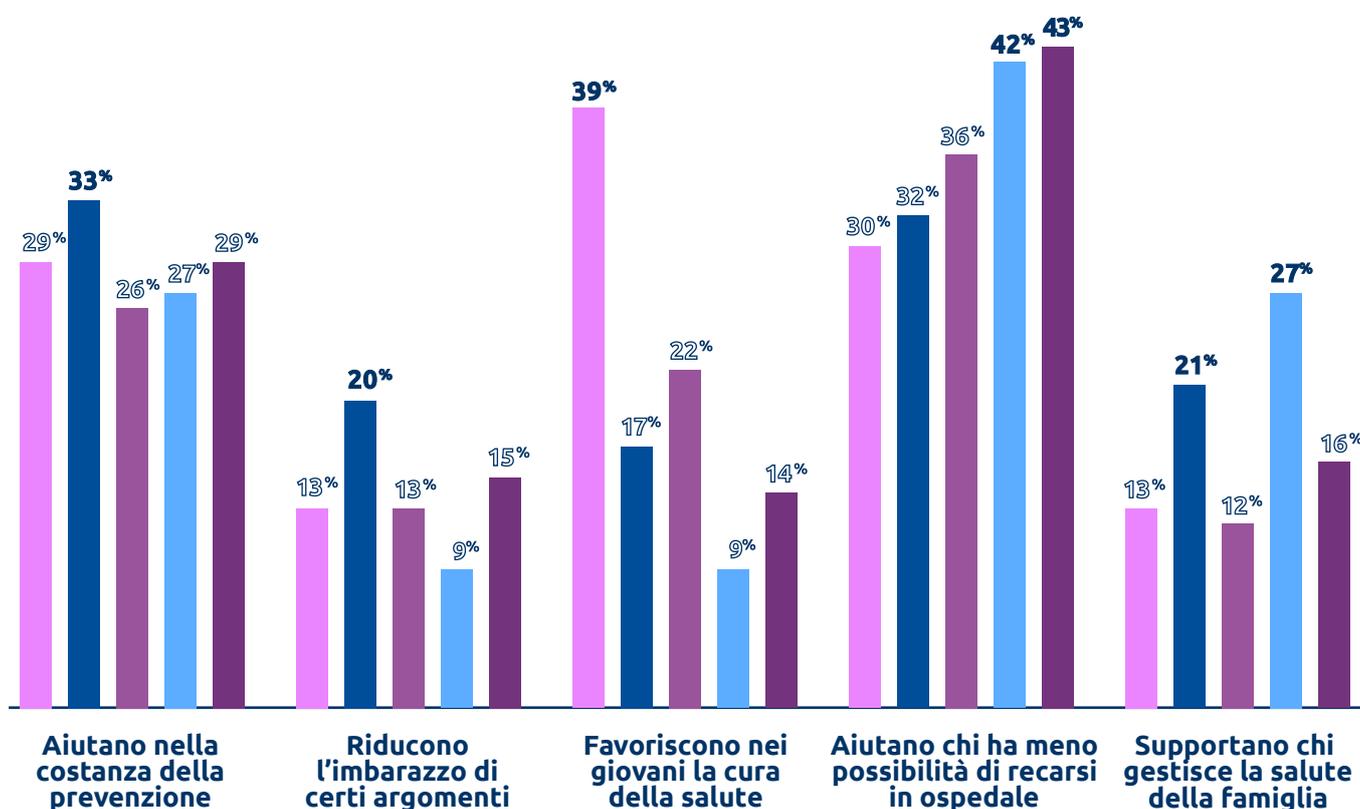
Risalendo lungo i cluster anagrafici, i 35-44enni sottolineano come i videoconsulti

possano favorire una maggiore costanza nella prevenzione grazie al fatto che rendono più agevole l'accesso alle visite mediche, mentre a prevalere tra i rispondenti senior è la percezione dell'utilità di questi servizi per chi ha meno possibilità di recarsi in ospedale, soprattutto nei casi di ridotta mobilità a causa di patologie invalidanti.

▶ Videoconsulti

A ciascuna età il suo vantaggio

● 18-34 anni ● 35-44 anni ● 45-54 anni ● 55-64 anni ● Oltre i 64 anni



Mondo Auto: perché il noleggio a lungo termine è destinato a crescere

Parallelamente al mondo della salute, un altro ambito che negli ultimi anni è stato interessato da una significativa evoluzione è quello della mobilità.

Se da una parte si assiste all'incremento dell'utilizzo dei mezzi alternativi ed ecosostenibili, uno dei trend sicuramente di maggior rilievo, con riferimento nello specifico all'auto, è rappresentato dalla crescente attenzione verso il noleggio a lungo termine, che, secondo le rilevazioni Unrae in collaborazione con il MIT, hanno visto nel 2023 la stipula di 710.552 contratti, in aumento del 15% rispetto al 2022.

Ma se la maggior parte di questi fa riferimento a società, è pensabile per il futuro un maggior ricorso all'autonoleggio anche da parte dei privati? E se sì, per quali ragioni?

Da queste domande ha preso le mosse l'ultimo capitolo della ricerca del Blue Assistance Monitor.

Osservando nel dettaglio i risultati, se il 30% dei rispondenti considera il noleggio a lungo termine una soluzione di esclusiva pertinenza aziendale, **ben 1 su 2 (53%) è invece convinto che possa essere una formula molto utile anche per i privati**, e questo sia per una questione di risparmio



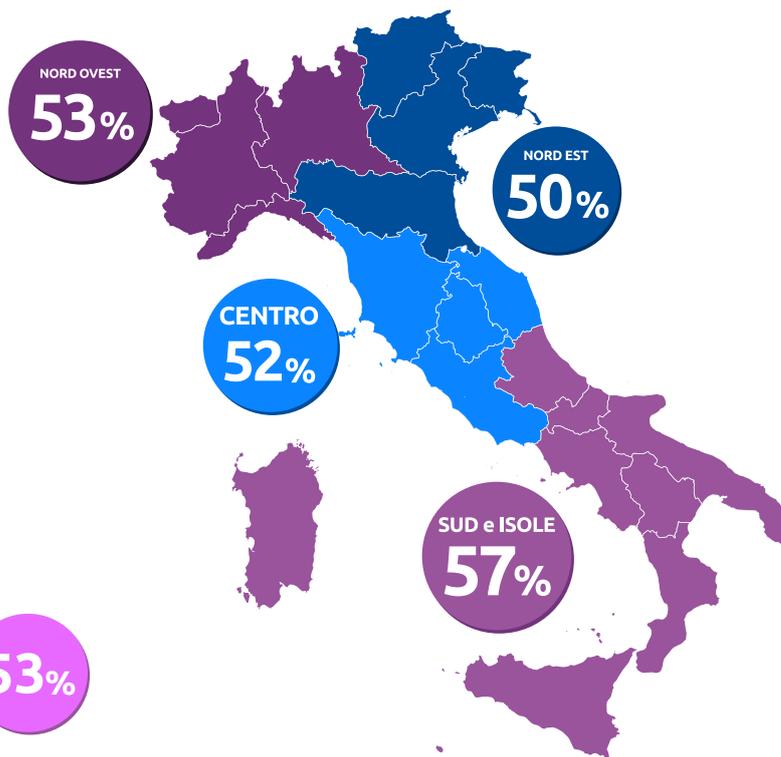
sia per la maggiore flessibilità della formula rispetto a quella dell'auto di proprietà.

La propensione a ricorrere al noleggio a lungo termine da parte dei privati è omogenea in tutta Italia, come evidenzia il grafico che segue.

► **Auto di proprietà?**
Non per forza!

Ecco dove piace di più il **noleggio a lungo termine** per **uso privato**

Valore nazionale 53%

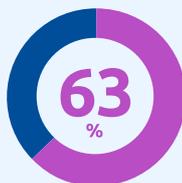


A guardare con particolare interesse all'autonoleggio sono soprattutto i più giovani, in particolare nelle regioni del Sud.

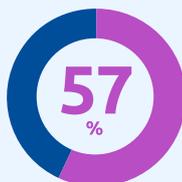
► **Bella l'auto di proprietà, ma...**

Identikit di chi pensa che il **noleggio a lungo termine** sia utile anche a **uso privato**

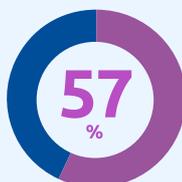
% di preferenza



Età:
18-34 anni



Luogo:
Sud e Isole



Stato familiare:
Famiglia con figli piccoli



Nota su Blue Assistance

Blue Assistance nasce nel 1993 e, da oltre 30 anni, è al fianco di compagnie, broker, bancassurance, casse, mutue, fondi sanitari, aziende nella costruzione e gestione delle coperture sanitarie e dei servizi per la persona e la famiglia.

Specializzata nella tutela della salute, oggi vanta un'ampia offerta di servizi di assistenza innovativi in varie aree, come ad esempio la casa e l'auto, e soluzioni specifiche per le aziende.

Quasi 30 anni di leadership riconosciuta dal mercato grazie a:

- qualità ed efficienza delle prestazioni, garantite da un team tecnico specializzato e un network altamente selezionato di professionisti e strutture convenzionate
- crescente innovazione tecnologica e ampliamento costante della multicanalità
- cura nella relazione dei clienti finali e centralità della User Experience.

Con le nuove piattaforme di servizi non assicurativi per la salute e per il welfare aziendale oggi possiamo mettere a disposizione della collettività:

- prestazioni di digital health
- domiciliarità
- accesso alle migliori cure private a tariffe agevolate con possibilità di prenotazione e pagamenti online.

Sito:
www.blueassistance.it

LinkedIn:
Blue Assistance
#blueassistancemonitor

Contatti:
sviluppoconmerciobluassistance@blueassistance.it