



Salute, work-life balance, mobilità:

L'innovazione al servizio
delle persone e del
business



www.blueassistance.it

Sommario

INTRODUZIONE 3

CARING COMPANY: GENERARE VALORE PER L'ORGANIZZAZIONE E LA SOCIETÀ 4

- *Il supporto alla work-life balance*
 - *Il welfare aziendale e la sfida della non autosufficienza*
-

ITALIANI E CURA DI SÉ: LA PREVENZIONE AL CENTRO 7

- *Benessere e stili di vita*
 - *Il digitale come alleato*
 - *Approfondimento: il benessere psicologico*
-

NOLEGGIO AUTO A LUNGO TERMINE: AGLI ITALIANI PIACE L'ALL-INCLUSIVE 11

PROFILO DI BLUE ASSISTANCE 13

Introduzione

La digitalizzazione, il progresso tecnologico e l'affermarsi di nuove priorità ed esigenze tra gli italiani stanno profondamente trasformando la nostra società. Così avviene, ad esempio, nel settore della salute, dove la medicina digitale sta aprendo nuove frontiere nell'accesso e nella gestione del benessere individuale, o nel mondo del lavoro, dove le organizzazioni sono chiamate a fornire risposte nuove, e innovative, ai bisogni emergenti dei lavoratori in un mercato sempre più complesso e competitivo.

Una fotografia delle trasformazioni in atto nel Paese la offre l'ultima indagine del nostro Blue Assistance Monitor, **il nostro progetto di ascolto e analisi del sentiment degli italiani** realizzato in collaborazione con un Istituto specializzato su un campione rappresentativo della popolazione italiana per età, genere e area geografica.

Lanciato nel 2021, il Monitor si pone un duplice obiettivo: da un lato, **fare cultura e promuovere consapevolezza su aspetti centrali della quotidianità di milioni di persone**, a cominciare dalla sfera della salute; dall'altro, **fornirci insights** preziosi per lo sviluppo di soluzioni di assistenza innovative e su misura.

L'edizione in oggetto ha analizzato in particolare esigenze e propensioni dei connazionali negli ambiti **della prevenzione, della medicina digitale e della mobilità**. Un focus, in particolare, è stato dedicato al concetto di **caring company** e al ruolo del **welfare aziendale** nel generare valore sia all'interno delle organizzazioni sia nel quadro più ampio della società.

Questo aspetto è stato analizzato in particolare sotto il profilo della **work-**

life balance, ovvero l'esigenza tra le più sentite oggi da lavoratori e lavoratrici di raggiungere un **bilanciamento ottimale** tra gli impegni legati al lavoro e quelli legati alla vita personale, in modo da promuovere il benessere generale. Questa leva è stata analizzata sia in termini di attraction e retention dei talenti sia relativamente al tema della **non autosufficienza**, che oggi riguarda quasi 4 milioni di italiani e rappresenta una sfida di crescente rilevanza, sia sul piano economico sia su quello sociale, alla luce delle dinamiche demografiche del Paese.

In questo senso, l'indagine 2024 si lega perfettamente, ed esprime appieno, il cuore della nostra mission: rendere più facile la vita delle persone attraverso servizi personalizzati e all'avanguardia capaci di creare vero valore aggiunto. Dalla gestione della salute all'evoluzione della mobilità, fino alle soluzioni per pacchetti di welfare aziendale, il nostro obiettivo è essere al fianco di persone, aziende e player di settore - compagnie, broker, bancassurance, casse, mutue, fondi sanitari - con una proposta di servizi innovativa, efficace e flessibile.

Le pagine che seguono sintetizzano i principali risultati della ricerca.

Caring Company: generare valore per l'organizzazione e la società

Per il quarto anno di indagine consecutivo, **le soluzioni per la salute si confermano il benefit considerato più rilevante** - e più atteso - **dagli italiani (82%)**. Tra le prestazioni che i connazionali vorrebbero inserite in un pacchetto di welfare aziendale spiccano in particolare le **coperture per visite ed esami (43%)**, i **pacchetti di prevenzione (32%)** e le soluzioni per la salute dei figli e della famiglia (32%).

► **SALUTE E WELFARE AZIENDALE**
Quali servizi ritieni fondamentali in un pacchetto di benefit?*

43%

Coperture per visite ed esami

32%

Pacchetti di prevenzione

32%

Soluzioni per la famiglia

29%

Prestazioni odontoiatriche



*quesito a risposta multipla

Il supporto alla work-life balance

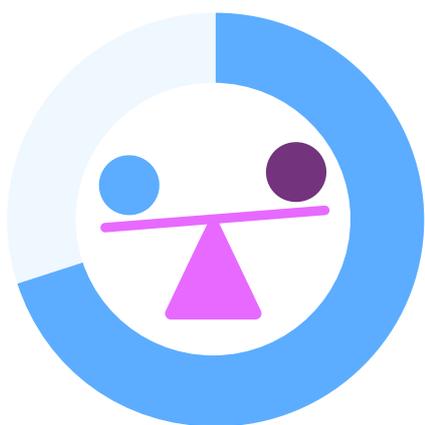
A fianco delle soluzioni salute, la ricerca ha evidenziato la crescente rilevanza per gli italiani della work-life balance, che si conferma un'area di assoluta centralità per le aziende. Ben il **70% dei connazionali** ritiene infatti "molto importante" o "importante" che il datore di lavoro metta a disposizione dei dipendenti misure per favorire un maggior equilibrio dei tempi e dei carichi di lavoro con quelli della vita familiare e privata.

In questo contesto, se smartworking, flessibilità oraria e congedi continuano a rappresentare strumenti fondamentali per lo scopo, un ruolo centrale può essere svolto anche da **servizi personalizzati e innovativi** - come ad esempio le soluzioni per il baby-sitting - capaci di supportare concretamente le persone e le famiglie in questo fondamentale bilanciamento. La componente digitale di alcune soluzioni, accessibile tramite piattaforme online e app, offre all'utente un'esperienza ulteriormente pratica e immediata.

A fronte di una media nazionale del 70%, **l'attenzione e la sensibilità verso i supporti alla work-life balance** mostrano una differenza significativa nella componente di genere, **toccando quota 76% tra le donne e scendendo invece al 64% tra gli uomini**. Questi dati riflettono la diversa distribuzione dei compiti di gestione della casa e cura dei figli che continuano a interessare maggiormente le donne.

WORK-LIFE BALANCE

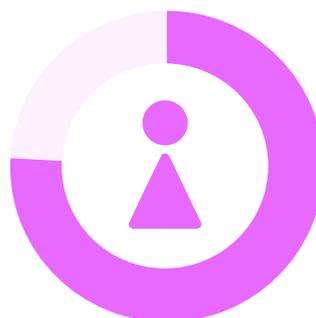
Cosa chiedono gli italiani al welfare aziendale?



Il **70%** vorrebbe dall'azienda più servizi per conciliare vita e lavoro



64%
Uomini



76%
Donne

Il welfare aziendale e la sfida della non autosufficienza

L'importanza di un welfare aziendale capace di allargare il proprio ambito di intervento alla sfera familiare e alla quotidianità trova un'ulteriore conferma dall'analisi dei risultati sulla non autosufficienza.

Sono infatti oltre 7 su 10 (72%) gli italiani che ritengono fondamentale che il datore di lavoro offra servizi per la gestione della non autosufficienza di un familiare, con anche in questo caso una forbice evidente tra i cluster di genere, come mostra la grafica che segue.

Tra i servizi che possono risultare particolarmente utili possiamo citare:

- **assistenza diretta** (caregiving, teleassistenza, convenzioni con strutture)
- **supporto economico** (come i voucher)
- **consulenza** (psicologica, legale, formativa)
- **programmi di formazione** sulla gestione della non autosufficienza
- **iniziative di promozione del benessere**, come gruppi di supporto e altre soluzioni di welfare personalizzato.

NON AUTOSUFFICIENZA E WELFARE AZIENDALE



Più di 7 italiani su 10 (72%) vorrebbero che il datore offrisse servizi per l'assistenza di familiari non autosufficienti

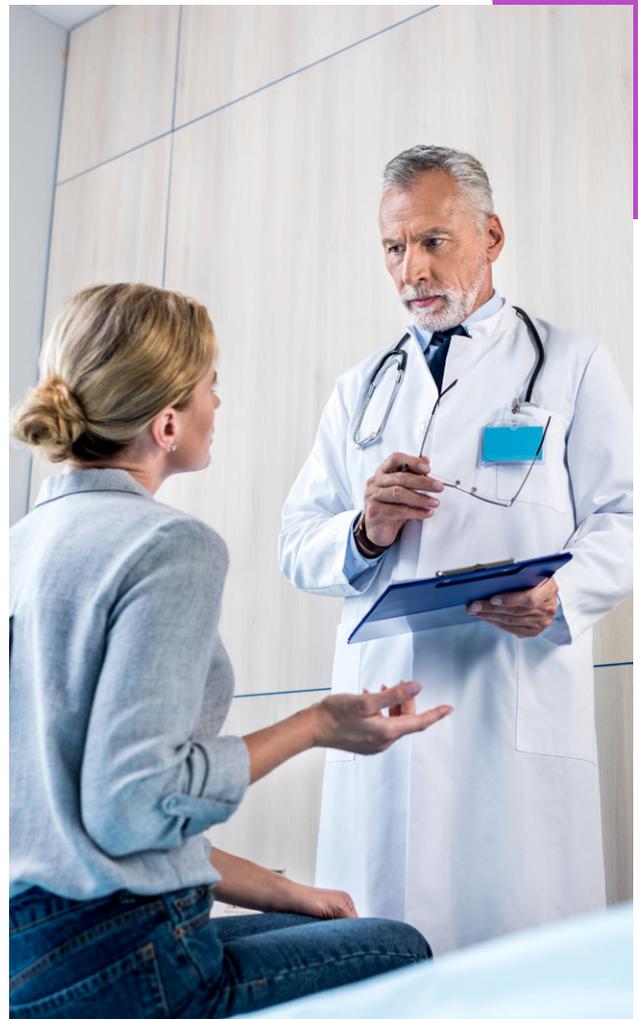
Dalle donne la maggiore richiesta



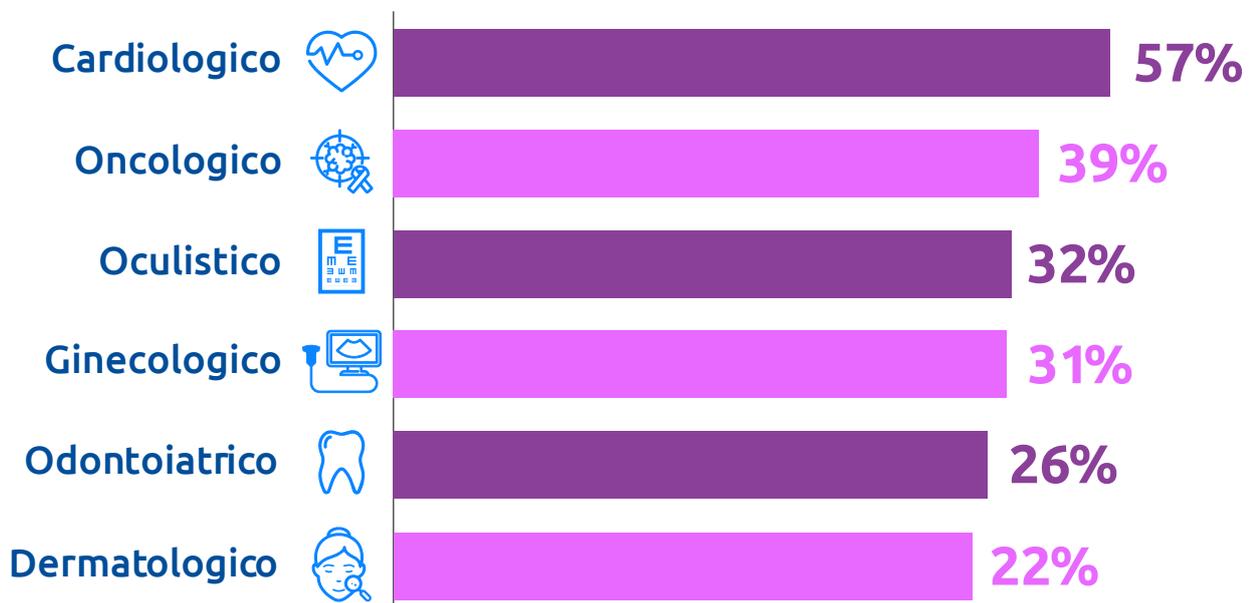
Italiani e cura di sé: la prevenzione al centro

L'indagine del Blue Assistance Monitor ha confermato una buona sensibilità dei connazionali verso la prevenzione. **Oltre 7 su 10 (75%), infatti, hanno dichiarato l'intenzione di sottoporsi a check-up nel breve-medio periodo**, con una propensione che si mantiene elevata anche nella fascia d'età più giovane (71% tra i 18-34 anni) e che raggiunge quote dell'80% e 85% rispettivamente nel cluster 55-64 e tra gli over 65.

Tra gli esami che i connazionali farebbero con più costanza spiccano quelli cardiologici (57%), seguiti dai check-up oncologici (39%) e oculistici (32%). Circa uno su quattro (22%) sottolinea inoltre l'importanza della prevenzione dermatologica.



ITALIANI E PREVENZIONE
Quali check up faresti con più costanza?



Benessere e stili di vita

La sensibilità verso la prevenzione non riguarda unicamente l'aspetto clinico. Il 51% degli italiani ritiene infatti fondamentale l'attività fisica per preservare o migliorare il proprio stato di forma, il 48% ha dichiarato di voler migliorare la propria alimentazione e il 27% di seguire una vera e propria dieta.

PREVENZIONE E STILI DI VITA

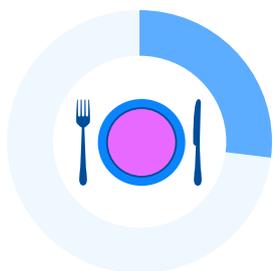
I buoni propositi degli italiani per i prossimi mesi



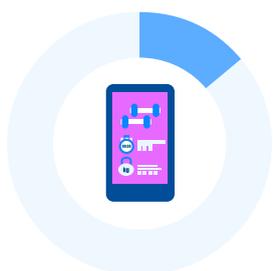
51%
Fare attività
fisica



48%
Migliorare
l'alimentazione



27%
Seguire una
dieta



14%
Iscriversi a sessioni di
allenamento online



Il digitale come alleato

L'indagine ha inoltre rilevato come siano in molti i connazionali che ritengono che un efficace supporto alla prevenzione possa venire anche dalle tecnologie digitali. **Quasi uno su due (45%) al riguardo sottolinea l'utilità dei videoconsulti**, che, offrendo l'opportunità di contattare da remoto medici generici e specialisti in modo comodo e flessibile, superando anche possibili "barriere" quali la distanza o le difficoltà di orario causate dagli impegni, possono favorire una maggior attenzione anche alla prevenzione. Ulteriori supporti alla prevenzione nell'opinione degli italiani sono risultati i sistemi per monitorare i parametri vitali da remoto (33%), quali ad esempio pressione arteriosa o glicemia, e le app per la dieta e il sonno (20%).

▶ ITALIANI E MEDICINA DIGITALE

Le soluzioni digitali considerate più utili per la prevenzione

45%
Videoconsulti

20%
App per la dieta, il sonno

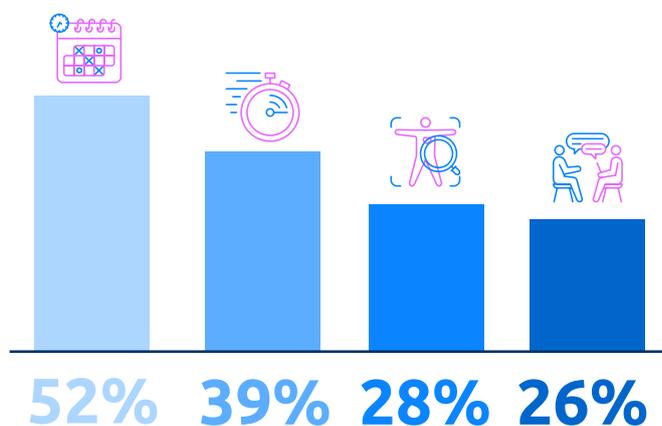
33%
Sistemi per il monitoraggio dei parametri vitali da remoto

Che sia in ambito preventivo così come nella più ampia gestione della salute, **il digitale presenta una serie di vantaggi** che gli italiani non rinunciano a sottolineare nel corso delle rilevazioni.

I principali benefici risultano la riduzione dei tempi di attesa (52%), la rapidità nel prenotare visite e controlli (39%) e una maggior centralità del paziente nel percorso di cura (26%). Quest'ultimo aspetto si traduce sia in un approccio più personalizzato, sia nella possibilità di "gestire" in qualche modo in autonomia il proprio iter di salute.

▶ I principali vantaggi della medicina digitale secondo gli italiani

- Riduzione dei tempi di attesa
- Rapidità nelle prenotazioni
- Accesso più facile alle prestazioni
- Centralità del paziente nel percorso di cura



► Approfondimento: il benessere psicologico

L'indagine del Blue Assistance Monitor ha inoltre confermato una spiccata attenzione degli italiani al benessere mentale. Solo il 22% ha dichiarato che non si rivolgerebbe mai a uno psicologo, mentre la quota maggioritaria si dice aperta a questa possibilità.

Tra le principali motivazioni per cercare supporto professionale vi sono l'esigenza di **contrastare l'ansia (38%)**, le difficoltà legate alla vita lavorativa e al rischio di burnout (23%), le problematiche relazionali (18%) e le difficoltà nella gestione delle emozioni (17%).

Più di un italiano su due (52%) considera molto utile la possibilità di accedere a sedute online, che, grazie alla mediazione dello schermo, possono aiutare a ridurre l'imbarazzo di parlare di argomenti delicati. Se un ulteriore 27% non trova differenze rispetto a una seduta in presenza, solo il 20% invece preferirebbe recarsi di persona dallo psicologo.



Noleggino auto a lungo termine: agli italiani piace l'all-inclusive

L'ultimo capitolo dell'indagine è stato dedicato anche in questa edizione al noleggio auto a lungo termine, formula innovativa che continua a riscontrare ampio interesse tra gli italiani, e non solo per quanto riguarda l'uso aziendale. **Ben 8 connazionali su 10 (86%) sottolineano infatti come questa soluzione possa offrire numerosi vantaggi anche ai privati.** Tra i principali benefici, il 33%, indica la possibilità di usufruire a fronte di un costo fisso di un ampio pacchetto di servizi che includono polizza RC, assistenza stradale e molto altro.

Particolarmente apprezzato è poi il fatto che il noleggio a lungo termine sollevi chi ne fa uso da una serie di preoccupazioni come la manutenzione e le riparazioni (42%) del veicolo o il rischio di svalutazione (25%). Un ulteriore 20% sottolinea infine le opportunità di risparmio che si possono ottenere con questa soluzione, che, grazie alla sua formula a costo fisso comprensiva di più servizi, risulta particolarmente vantaggiosa per chi utilizza molto l'auto, anche per lunghi tragitti.

NOLEGGIO AUTO A LUNGO TERMINE

Quali pensi siano i principali vantaggi per i privati?*

42%

Non dovermi preoccupare di manutenzione e riparazione

33%

La formula praticamente all-inclusive

25%

Non dovermi preoccupare che il veicolo si svaluti

23%

Avere un veicolo sempre tecnologicamente aggiornato

20%

Il risparmio finanziario

*quesito a risposta multipla

Per informarsi e noleggiare un veicolo, il 36% degli italiani si rivolgerebbe a una società specializzata, il 23% preferirebbe procedere online mentre un 18% si affiderebbe a una concessionaria auto.

Ultimo dato da sottolineare, la sicurezza: quasi un italiano su due (46%) integrerebbe infatti la polizza inclusa nel noleggio con ulteriori servizi capaci di offrire maggiore protezione e assistenza in caso di necessità. Questo dato suggerisce come, per molti, le coperture standard spesso non siano sufficienti a garantire la tranquillità desiderata. Per soddisfare questa esigenza è fondamentale ricorrere a una soluzione di noleggio a lungo termine evoluta che, grazie a un pacchetto completo di servizi, sia in grado di superare i limiti delle soluzioni “base” e rendere l’esperienza di mobilità non solo innovativa ma anche più sicura e affidabile.





Profilo di 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:
sviluppoconmerciabileblueassistance@blueassistance.it