



**L'EVOLUZIONE DELL'ASSISTENZA
NELL'ERA DIGITALE.
WELFARE. SALUTE. MOBILITÀ.**

Sommario

01_Introduzione	03
02_Welfare aziendale: i maggiori desiderata, dalla psicologia alla salute dei figli	04
03_Prevenzione: siamo di fronte a una nuova sensibilità?	07
04_Medicina digitale: solo conferme per un'opportunità "here to stay"	09
05_Focus: le ricerche sul web danno una risposta rapida, ma è soddisfacente?	10
06_Auto: integrare l'RC con servizi di assistenza	11
07_Nota su Blue Assistance	13



Introduzione

01

Connesso al latino assistere (da ad “presso” e sistere “stare, fermarsi”), il concetto di assistenza indica lo stare accanto a qualcuno cui fornire il proprio sostegno in senso materiale e/o morale.

L’assistenza, cioè, è una forma di intervento che incrementa il benessere delle persone, migliora la qualità della vita e favorisce il raggiungimento di elevati livelli di soddisfazione e felicità.

Dal ruolo del welfare aziendale alla centralità del benessere psichico, dalla prevenzione alla medicina digitale, la **seconda edizione del Blue Assistance Monitor** ha indagato l’evoluzione del bisogno di assistenza in Italia ed evidenziato gli approcci e le soluzioni che possono essere messi in campo per soddisfarlo.

Insieme a questo, la nuova survey ha allargato il perimetro dell’indagine al settore Auto, un ambito che riguarda la quotidianità di milioni di persone e dove le esigenze di protezione crescono ed evolvono molto rapidamente.

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 da una parte vuole contribuire a **fare cultura e informazione** su temi centrali per la vita e il benessere degli individui; dall’altra, grazie alla possibilità di ricavare insights puntuali e sempre aggiornati sui trend dell’assistenza, ci permette di **continuare a sviluppare soluzioni innovative** per le persone, le imprese e i player di settore: **compagnie, broker, bancassurance, casse, mutue, fondi sanitari**.

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

02

Welfare aziendale: i maggiori desiderata, dalla psicologia alla salute dei figli

I cambiamenti nel mondo del lavoro e delle carriere, insieme alle trasformazioni portate dalla pandemia, hanno fatto del benessere uno degli obiettivi più importanti per i lavoratori e, come conseguenza, una delle aree di maggior attenzione da parte delle aziende nell'ottica di un'efficace gestione del loro capitale umano.

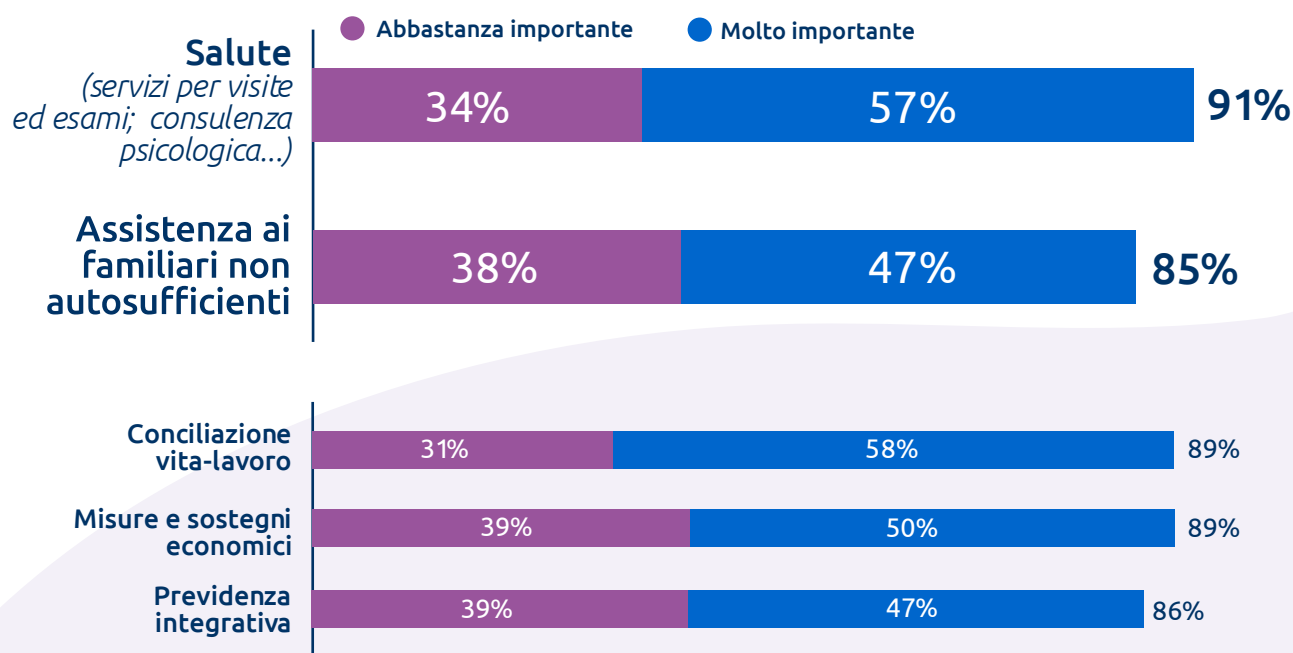
In questo scenario, **la salute si colloca al primo posto tra i benefit aziendali più desiderati** dagli italiani (ottenendo il 91% delle preferenze). Una salute che insieme alla dimensione "fisica" arriva sempre più ad abbracciare anche la **sfera psicologica dei lavoratori** -

componente essenziale tanto per le performance in azienda quanto per la qualità della vita personale e familiare.

Tra le forme di welfare considerate irrinunciabili al secondo posto figurano, con leggerissimo distacco, la conciliazione vita-lavoro (89%) e le misure di sostegno al reddito (89%), quantomai centrali soprattutto in tempi di crisi e di inflazione. **Per un ulteriore 85%** un'azienda che si prende cura delle sue persone non può non prevedere nella sua proposta welfare anche **forme di assistenza per familiari non autosufficienti**, che possano alleggerire il carico di cura assorbito dai dipendenti.

Il welfare aziendale che piace agli italiani

Quali sono le principali soluzioni a cui guardano?



Un altro dei temi con cui le aziende devono e dovranno confrontarsi in misura crescente è quello delle **malattie croniche**, che interessano una fetta sempre maggiore di popolazione e che, secondo le proiezioni¹, nel 2028 arriveranno a colpire 25 milioni di persone, con 14 milioni di multi-cronici.

Al riguardo, per gli intervistati sarebbe importante includere nei pacchetti di benefit **prestazioni domiciliari dedicate (55%) e servizi di consulenza psicologica**.

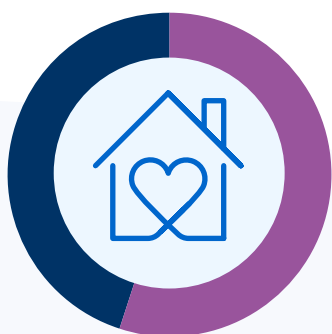
In quest'ultimo caso, più di uno su tre (36%) sottolinea il ruolo di **supporto del professionista di fronte agli**

effetti del dolore cronico, mentre un 28% ritiene che lo **psicologo possa diventare una figura centrale anche nei confronti dei familiari** della persona affetta da patologia, che si trovano ad affrontare una situazione di vita indubbiamente provante.

Per far fronte alle cronicità, un ulteriore 27% ricorrerebbe a servizi di medicina digitale, capaci di favorire l'accesso a un ampio set di prestazioni riducendo la necessità di spostamento verso ospedali o ambulatori.

Malattie croniche in aumento: una sfida per il welfare aziendale

Quali misure sanitarie potrebbe offrire l'azienda a chi soffre di queste patologie?



55% Prestazioni domiciliari

36% Consulenza psicologica per la gestione del dolore

28% Consulenza psicologica per i familiari

27% Servizi di medicina digitale

26% Consegna farmaci a domicilio

Gli italiani assegnano all'azienda un ruolo di primo piano anche nel supporto alla **gestione della salute dei figli**, ambito in cui trova conferma uno dei temi emersi con maggior evidenza dalla ricerca, ovvero l'elevato apprezzamento per un **welfare aziendale capace di estendere** in modo sempre più ampio e sempre più completo **i suoi benefici alla famiglia**. Sono i servizi per le visite e i controlli odontoiatrici (69%) i più desiderati dagli italiani, seguiti da quelli per **il pediatra (48%), l'oculista (45%), lo psicologo (26%)**, soprattutto per l'adolescenza, e l'allergologo (20%).

¹ Fonte: Rapporto Osservasalute - Stato di salute e qualità dell'assistenza nelle Regioni Italiane (Istituto di Sanità Pubblica - Sezione di Igiene dell'Università Cattolica del Sacro Cuore)

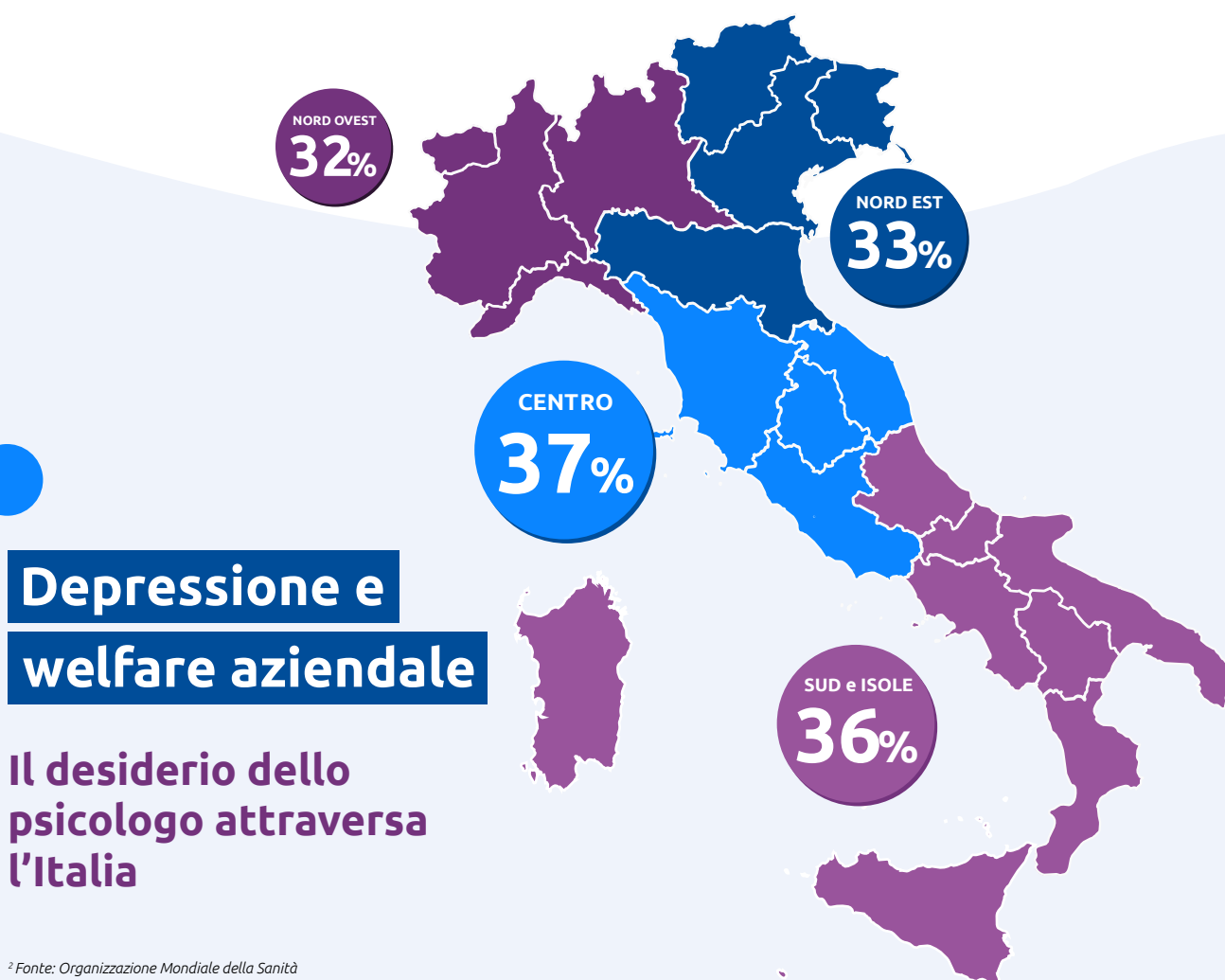
Al welfare aziendale gli italiani chiedono soluzioni per la salute dei figli

C'è ancora un aspetto riguardante il mondo aziendale su cui val la pena soffermarsi alla luce dei risultati emersi:

la gestione della depressione.

Considerata il “male del secolo”, questa patologia colpisce 280 milioni di persone nel mondo e causa ogni anno la perdita di 12 miliardi di ore di lavoro a livello globale². In Italia, gli studi evidenziano un preoccupante aumento dei sintomi ansiosi e depressivi a seguito della crisi pandemica, indice di un diffuso stato mentale di sofferenza e fragilità nella popolazione.

A questo proposito, i connazionali sottolineano come anche il datore di lavoro possa far la sua parte: uno su tre (34%), in particolare, pensa a **servizi di consulenza psicologica per i dipendenti**. Una sensibilità avvertita soprattutto dalle donne (38% vs il 31% degli uomini) e che, a livello geografico, si distribuisce in modo omogeneo su tutto il territorio nazionale.



Depressione e welfare aziendale

Il desiderio dello psicologo attraversa l'Italia

² Fonte: Organizzazione Mondiale della Sanità

03

Prevenzione: siamo di fronte a una nuova sensibilità?

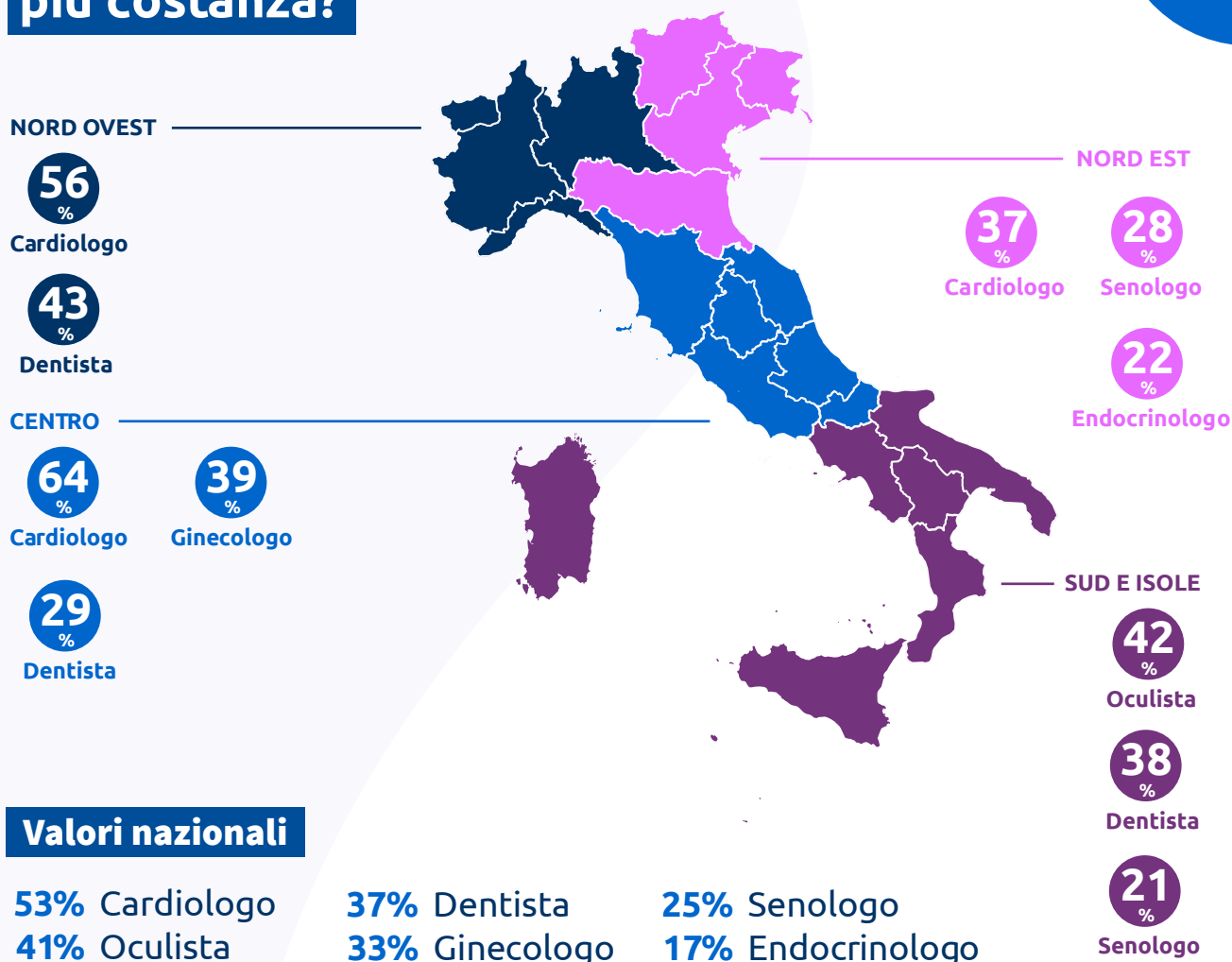
La rinnovata centralità del benessere sembra aver portato con sé un incremento d'attenzione al tema della prevenzione nella salute.

Oltre un italiano su due (57%), infatti, dichiara la propensione a svolgere **attività fisica** con l'obiettivo di prevenire l'insorgere di patologie e mantenersi in forma. Un 44% dedica particolare cura all'alimentazione e un ulteriore 23% ha inserito una vera e propria dieta nei suoi piani per un maggior benessere.

Dal punto di vista più propriamente medico e clinico, **cardiologo (53%), oculista (41%) e dentista (37%)** sono gli specialisti da cui gli italiani nei prossimi tempi intendono recarsi con maggior continuità a scopo preventivo. La mappa che segue restituisce un quadro delle diverse sensibilità a livello geografico.



Quali check-up farebbero gli italiani con più costanza?



Non mancano però gli ostacoli, il principale dei quali è rappresentato dai **costi di visite ed esami (48%)**. È qui che servizi di assistenza a costo contenuto e di alta qualità possono fare la differenza: i dati mostrano che **chi ha una copertura è due volte più propenso a sottoporsi a un check-up preventivo** rispetto a chi non ha alcuna forma di tutela e dovrebbe quindi sostenere di tasca propria l'intero esborso (43 vs 25%).

Chi ha una copertura è due volte più propenso a sottoporsi a check-up preventivi rispetto a chi non ce l'ha

Ma anche il digitale può essere d'aiuto nella prevenzione? La risposta degli italiani è affermativa: se il 47% menziona a riguardo app e sistemi per il monitoraggio dei parametri, un 51% pensa anche alla medicina da remoto, che può rivelarsi utile anche in questo ambito, ad esempio, se si ha la necessità di far leggere a un medico specialista i referti degli esami a cui ci si è sottoposti.

04



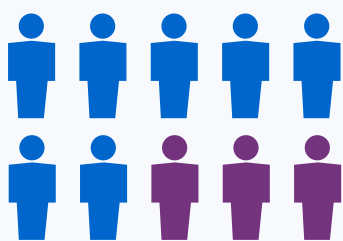
Medicina digitale: solo conferme per un'opportunità "here to stay"

Anche la nuova rilevazione del Blue Assistance Monitor conferma l'elevato livello di interesse degli italiani verso l'e-health, considerata sempre meno una risorsa legata alle fasi acute dell'emergenza sanitaria e sempre più un'opportunità da esplorare nel presente e per il futuro.

Tra le sue molte "forme", sono soprattutto i videoconsulti a far la parte del leone, tanto che ben **sette italiani su dieci si dicono interessati a utilizzarli in misura crescente nel prossimo futuro**. Di questi, il 46% apprezza soprattutto l'opportunità che offrono di favorire l'accesso a visite mediche a chi ha difficoltà a recarsi in ospedale,

non solo per carenza di tempo ma anche nei casi in cui il paziente abbia ridotte possibilità di movimento, come nelle situazioni di disabilità.

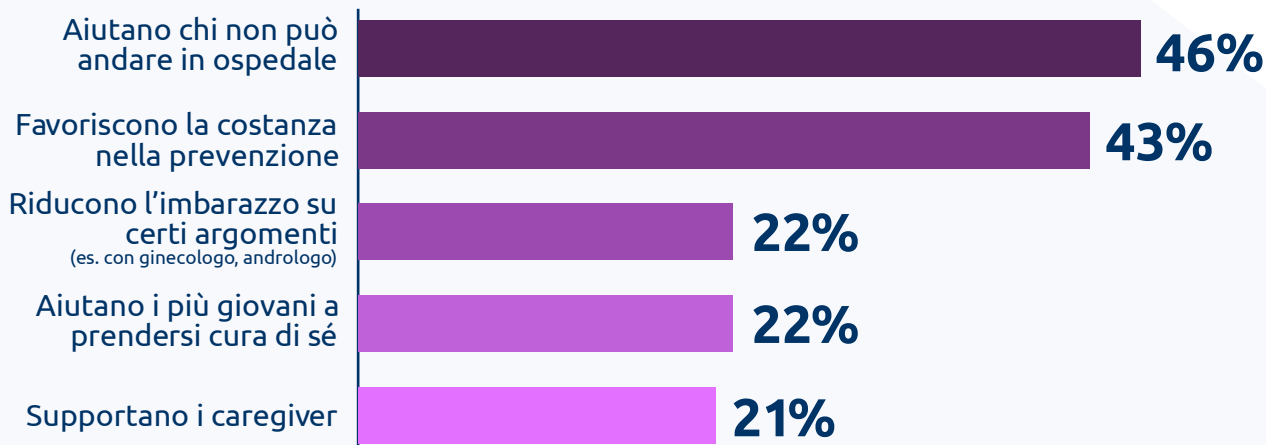
E c'è di più: il digitale, grazie alla mediazione dello schermo, può essere un canale efficace anche per ridurre l'imbarazzo di esprimersi su argomenti "delicati" come le tematiche della medicina di genere e quelle psicologiche. In queste situazioni, dice il 22% degli italiani, il videoconsulto può rappresentare un incentivo a non rinunciare, per senso di pudore o vergogna, al parere di uno specialista o professionista.



7 SU 10

confermano l'interesse per i videoconsulti

Soprattutto perché



05

Focus: le ricerche sul web danno una risposta rapida, ma è soddisfacente?

Sono otto su dieci (87%) gli italiani che di fronte a un dubbio o un problema di salute si rivolgono al web in cerca di informazioni. Non tutti però sembrano soddisfatti di quello che trovano, le percentuali si suddividono infatti esattamente a metà tra soddisfatti e insoddisfatti, 43% gli uni, 44% gli altri.

I primi sono in prevalenza giovani, tra i 18 e in 34 anni, una fascia d'età che coincide grosso modo con i Millennials e la Generazione X. **A essere invece poco o per nulla soddisfatti sono per lo più gli over 64**, che utilizzano il web per ottenere una prima forma di informazione ma poi vanno senza indugio dal medico per avere un parere esperto e competente e ottenere indicazioni qualificate su come comportarsi.





06

Auto: integrare l'RC con servizi di assistenza

Come anticipato, la nuova edizione del Blue Assistance Monitor ha esteso l'indagine a un ulteriore ambito dell'assistenza, quello della mobilità.

In un paese con un parco circolante di oltre 38,8 milioni di autovetture³, il tema ha un bacino d'interesse potenzialmente molto ampio, anche considerando il ruolo e il significato che le quattro ruote hanno da sempre, anche sul piano affettivo e dei valori, per gli italiani.

La ricerca si è soffermata in particolare sull'esperienza su strada dei connazionali, cercando di far emergere i rischi a cui si sentono più esposti e che determinano un senso di insicurezza al volante.

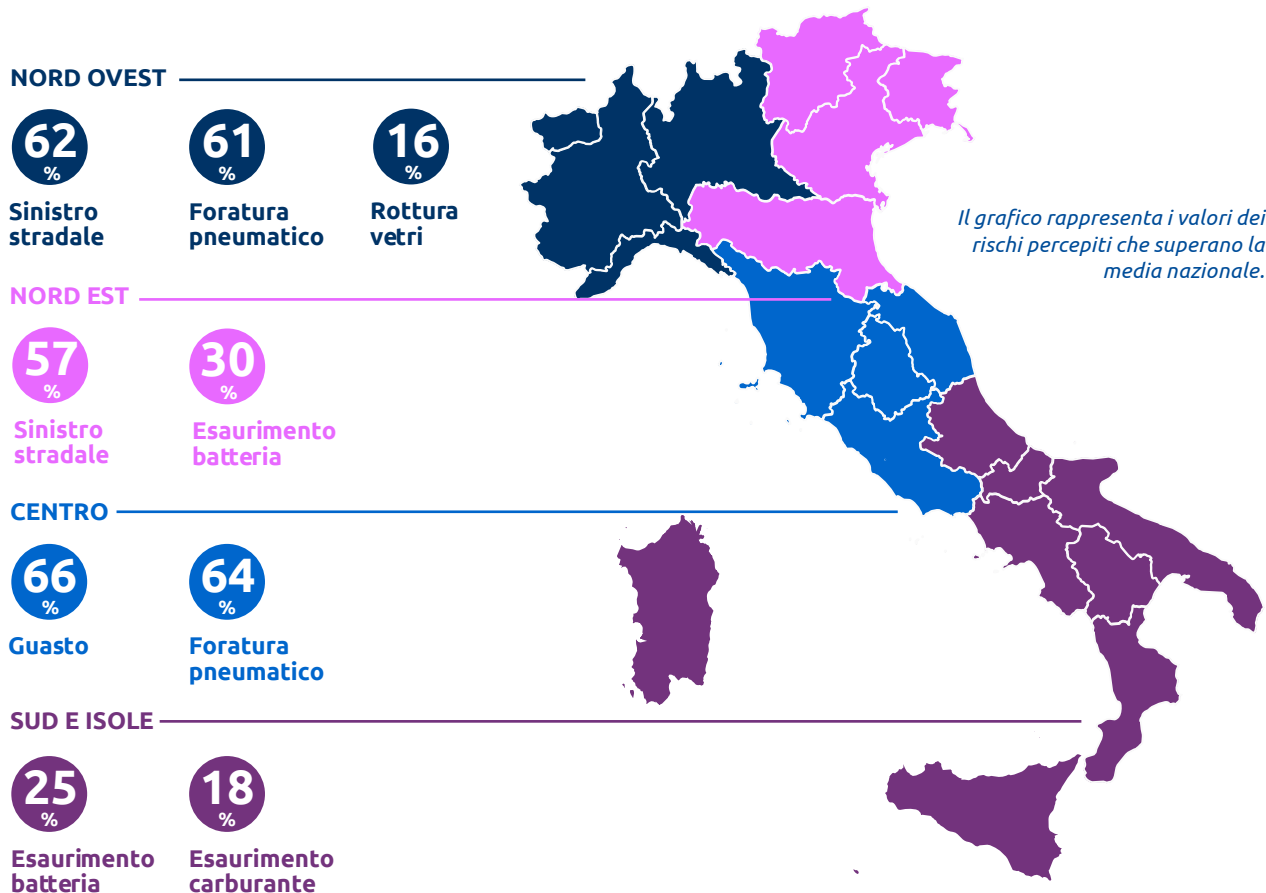
Al primo posto si colloca l'eventualità di **guasti all'automobile (58%)**, insieme alla **foratura degli pneumatici (57%)** e agli incidenti (55%). Distanziati, ma presenti, l'esaurimento della batteria (27%), l'esaurimento del carburante (13%) e la rottura dei vetri (9%).

Uno sguardo alla variazione dei dati a livello geografico suggerisce come la percezione di questi imprevisi incontri sensibili diverse a seconda delle diverse zone d'Italia che si considerano. La mappa che segue sintetizza le principali evidenze:

³ Fonte: Unione Nazionale Rappresentanti Autoveicoli Esteri (UNRAE)

Italiani al volante

Gli imprevisti a cui si sentono più esposti



Per aumentare il senso di sicurezza su strada, **ben un italiano su due (50%) integrerebbe la sua polizza auto con un servizio di assistenza stradale**. Sulla stessa linea anche un altro 26% che però sottolinea come molto, nella decisione finale, dipenda dai costi che l'estensione delle tutele comporterebbe.

Un italiano su due integrerebbe la sua polizza auto con servizi di assistenza

In conclusione, l'indagine ha sondato anche la propensione degli italiani verso la mobilità elettrica.

Se il contesto attuale della crisi energetica può rappresentare un fattore di complessità, la nostra ricerca ha rilevato come in linea generale i connazionali dimostrino un buon livello di interesse verso la *e-mobility*. In particolare, il 48% pensa che potrebbe acquistare un'auto di questo tipo in futuro per ridurre il proprio impatto ambientale e un 24% ha già compiuto passi importanti verso l'acquisto, valutando il veicolo più adatto alle sue esigenze e capacità di spesa. Un 12% avanza dubbi a riguardo mentre a dire "no" è il restante 16% che dichiara di preferire altre tipologie di veicoli.

07

Nota su Blue Assistance

Blue Assistance nasce nel 1993 e, da quasi 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

