

CNP Assicura e AIFIn presentano l'Osservatorio "Longevity Innovation"

LONGEVITÀ: 1 ITALIANO SU 2 PREVEDE NECESSITÀ DI ASSISTENZA IN FUTURO, MA SOLO IL 3% SI COPRE CON SOLUZIONI ASSICURATIVE

Tra le evidenze dello studio:

- Declino cognitivo e non autosufficienza le principali preoccupazioni legate alla longevità
 - Solo il 10% si sente molto preparato ad affrontare una vita lunga
 - Il 59% non conosce le polizze Long Term Care (LTC), ma il 75% le considera utili dopo una spiegazione chiara

Milano, 6 maggio 2026 – Promuovere maggiore consapevolezza sui principali aspetti legati ad una maggiore aspettativa di vita e accompagnare le persone verso scelte più consapevoli e sostenibili: è questo l'obiettivo con cui **CNP Assicura**, parte del Gruppo CNP Assurances e tra i principali gruppi assicurativi del mercato Vita in Italia, e **AIFIn**, Think Tank indipendente italiano sull'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario, **presentano i risultati del primo Osservatorio "Longevity Innovation"**.

Dall'analisi, realizzata da AIFIn e condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana, emerge che gli intervistati cominciano ad avere una buona familiarità con il tema della longevità, ma non sono ancora in grado di coglierne alcune implicazioni. L'aspettativa di vita viene sottostimata di circa 2,4 anni rispetto ai dati ufficiali Istat (81 vs 83,4 anni), ma quando il tema diventa personale **entrano in gioco elementi soggettivi più forti ed emerge un desiderio aspirazionale di una vita leggermente più lunga (81,6 anni)**. Una dinamica che può contribuire a ridurre l'urgenza di pianificare in modo strutturato il proprio futuro.

Non solo, per la maggioranza degli italiani, la longevità non coincide con il semplice allungamento della vita: il **69,7%** la associa, infatti, alla possibilità di **vivere a lungo in buona salute**. Si afferma così una visione più evoluta e "qualitativa" della longevità, che supera la dimensione anagrafica, si lega al benessere complessivo della persona e alla principale preoccupazione: il modo in cui si potrebbe arrivare all'ultima parte della vita. **Il timore principale è, infatti, il declino cognitivo (50%), seguito dalla non autosufficienza (47,3%). Meno di 1 italiano su 3 (29,1%), invece, teme di diventare un peso per la sua famiglia e 1 su 5 (19,1%) teme i costi e i tempi di accesso alla sanità.**

Più della metà degli italiani (53%) considera, comunque, probabile aver bisogno di assistenza nelle attività quotidiane del futuro, e in questo scenario emerge una chiara preferenza per soluzioni professionali, soprattutto domiciliari. La famiglia resta un punto di riferimento, ma cresce la consapevolezza del possibile impatto che una longevità fragile potrebbe avere sui propri cari.

A fronte di questo scenario, sono pochissimi coloro che sottoscrivono coperture assicurative dedicate (solo il 3%), mentre il 32% non le ha mai valutate o addirittura ne ha mai sentito parlare.

Maggiore consapevolezza, ma una pianificazione ancora insufficiente

Dalla ricerca emerge quindi che, nonostante il tema della longevità sia sempre più riconosciuto, la preparazione concreta per affrontarla resta ancora limitata: **solo il 10% degli italiani si sente molto preparato a far fronte ad una vita lunga**, mentre **il 47% dichiara di essere poco o per nulla preparato**. A testimonianza di questo, le azioni intraprese riguardano prevalentemente la sfera individuale, come la cura dello stile di vita (51,5%) e la prevenzione medica (43%).

A pesare sono soprattutto fattori psicologici, economici e informativi: dall'ottimismo di fondo che spinge gli italiani ad immaginare un futuro in buona salute (42%), alla percezione di costi troppo elevati anche solo per prepararsi (40,5%), fino alla difficoltà di orientarsi tra le soluzioni disponibili (26%).

Il caso delle polizze Long Term Care (LTC) è emblematico: nonostante rispondano direttamente al rischio più temuto – la non autosufficienza – il 59% degli italiani non ne ha mai sentito parlare. Tuttavia, quando viene spiegato in modo semplice e concreto, il 75% ne riconosce l'utilità. Un dato che evidenzia con chiarezza come il principale ostacolo non sia la mancanza di bisogno, ma la **scarsa conoscenza e comprensione delle soluzioni**.

L'importanza della relazione e della fiducia

Considerando la complessità del tema, dalla ricerca emerge anche l'importanza della figura del consulente. Per informarsi sulle soluzioni assicurative legate alla longevità, gli italiani privilegiano infatti canali relazionali e ad alta fiducia. Si cerca autorevolezza e integrazione tra dimensione assicurativa, sanitaria e finanziaria. **L'agente o il consulente assicurativo è la figura più indicata dagli italiani per approfondire le polizze o soluzioni legate alla longevità (47%), seguono i medici o i professionisti sanitari (35%) e i consulenti finanziari (30%)**.

"L'Osservatorio AIFIn-CNP Assicura 'Longevity Innovation' nasce con l'obiettivo di analizzare in modo strutturato una delle principali sfide strategiche per il Paese: la longevità. La ricerca evidenzia come non si tratti soltanto di un fenomeno demografico, ma di una trasformazione sociale di ampia portata. In un contesto di crescente fragilità del Welfare Pubblico, questo scenario contribuisce ad ampliare il protection gap tra bisogni reali e tutele disponibili. Gli italiani mostrano una forte percezione dei rischi legati alla longevità, ed in particolare di non autosufficienza; tuttavia, il relativo mercato assicurativo incontra ancora significative barriere sul lato della domanda. In questo contesto, diventa centrale il ruolo delle Compagnie di Assicurazione, delle Istituzioni Finanziarie e dei consulenti assicurativi e finanziari, chiamati a supportare le persone nel rafforzare la consapevolezza di questi rischi e nell'adozione delle relative soluzioni. Lo sviluppo di questo mercato, dunque, richiede un impegno strategico deciso da parte delle Istituzioni Finanziarie, fondato su innovazione dell'offerta di valore, comunicazione ed educazione finanziaria, oltre che su una consulenza evoluta e orientata alla pianificazione di lungo periodo." Dichiarò **Sergio Spaccavento, Presidente di AIFIn**.

"Quello che emerge dalla nostra ricerca è una forte domanda di protezione ancora inespressa. Gli italiani percepiscono i rischi, ma faticano a tradurli in scelte concrete, anche per la complessità di questi temi e la distanza dal linguaggio che utilizzano spesso i professionisti del settore. Come CNP Assicura, crediamo da sempre che sia fondamentale semplificare il modo di raccontare le soluzioni che già esistono, renderle più accessibili e accompagnare le persone in un percorso di

consapevolezza progressiva. La longevità non è più solo una questione demografica, ma una dimensione che impatta direttamente la qualità della vita, la stabilità economica delle famiglie e la sostenibilità del sistema sociale: servono strumenti adeguati e una maggiore cultura della pianificazione", commenta **Paolo Fumo, Direttore commerciale di CNP Assicura**.

AIFIn

AIFIn è un Think Tank indipendente, attivo dal 2004, che si propone di promuovere e diffondere la cultura dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario e lo sviluppo di un sistema finanziario più evoluto e sostenibile nel lungo periodo.

- Per maggiori informazioni su AIFIn: www.aifin.org
- Pagina LinkedIn: <https://it.linkedin.com/company/aifin>

CNP Assicura

CNP Assicura, compagnia assicurativa attiva sul mercato italiano e specializzata in soluzioni Vita ad alta personalizzazione e valore aggiunto, offre un'ampia gamma di prodotti per la protezione, la previdenza, il risparmio e l'investimento. Attraverso una rete di partner bancari, consulenti finanziari, agenti plurimandatari e broker, mette a disposizione soluzioni su misura per privati e aziende.

La Compagnia è parte del Gruppo CNP Assurances, attore di riferimento nel mercato assicurativo francese, presente in 17 paesi tra Europa e America Latina con oltre 33 milioni di assicurati nel mondo per la protezione della persona e 10 milioni per risparmio e previdenza. La sua solidità finanziaria è attestata dalle principali agenzie di rating (Fitch: A; Moody's: A1; Standard & Poor's: A) e il suo impegno sul fronte ESG è riconosciuto da rating tra i migliori del settore assicurativo (MSCI: AAA).

- Per maggiori informazioni su CNP Assicura: www.gruppocnp.it
- Seguici su LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/cnp-assicura/about/>