



## Longevity tra opportunità e fragilità: salute precaria e allungamento della vita lavorativa le preoccupazioni degli italiani

*La seconda edizione della ricerca di Zurich e SWG fotografa un Paese attento ai temi della longevità, ma in difficoltà nel trasformare le esigenze in scelte concrete*

- *Più di 6 italiani su 10 apprezzano la prospettiva di una vita più longeva*
- *Per GenX e Baby Boomer prevale il timore di vivere in condizioni di salute precaria, mentre è l'allungamento della vita lavorativa a preoccupare maggiormente Millennial e GenZ*
- *1 italiano su 3 teme di non avere risparmi sufficienti per invecchiare serenamente e oltre il 72% ritiene che il sistema pubblico faticherà a sostenere una popolazione sempre più longeva*
- *La non autosufficienza si conferma tra i rischi più sentiti: l'84% è preoccupato per sé o i propri cari*

Milano, 20 maggio 2026 - La longevità è una delle grandi sfide del nostro tempo: i progressi della medicina, della tecnologia e il miglioramento delle condizioni socioeconomiche aprono scenari inediti, che richiedono una nuova consapevolezza e risposte concrete da parte delle istituzioni e del settore assicurativo.

Per comprendere come gli italiani percepiscono questa trasformazione, Zurich ha incaricato **SWG** di condurre un'indagine su un campione rappresentativo di oltre 2000 persone tra i 18 e i 64 anni<sup>1</sup>. I risultati delineano un Paese che guarda al futuro con speranza, ma non senza preoccupazione, e che sente crescere la necessità di protezione, pur faticando a tradurlo in scelte concrete.

### **Longevità: opportunità e rischio, due facce della stessa medaglia**

Più di 6 italiani su 10 dichiarano di apprezzare la prospettiva di una vita più longeva. Tra i principali benefici percepiti emergono il desiderio di trascorrere più tempo con i propri cari e la possibilità di dedicarsi alle proprie passioni, oltre che di vedere crescere ed evolvere la propria famiglia.

A questa visione positiva si affianca tuttavia una diffusa incertezza. **Il timore principale per le generazioni più mature** – in particolare per il 70% dei Baby Boomer e il 61% della GenX – è quello di una **condizione di salute precaria per un periodo prolungato**, mentre **oltre 1 giovane su 4 nutre preoccupazioni riguardo l'allungamento della vita lavorativa**.

*“La longevità va oltre il dato demografico e si configura come una trasformazione strutturale con impatti rilevanti su economia, lavoro e welfare. I dati raccontano un Paese che guarda con favore a una vita più lunga, ma che allo stesso tempo percepisce con chiarezza le fragilità che questo scenario porta con sé: dalla sostenibilità dei risparmi alla capacità del sistema pubblico di reggere nel tempo, fino al tema cruciale della non autosufficienza. La sfida oggi è colmare la distanza tra consapevolezza e decisione, aiutando le persone a pianificare in modo continuo e lungimirante il proprio futuro. In questo contesto, il contributo degli assicuratori diventa sempre più centrale nel costruire soluzioni e modelli capaci di affiancare il sistema pubblico e rispondere alle esigenze di generazioni diverse. Zurich interpreta questo ruolo come un impegno di lungo periodo per*

<sup>1</sup> Metodo di rilevazione: metodologia CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. Campione: 2.068 persone. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.



*accompagnare individui e famiglie lungo i grandi cambiamenti della società” ha commentato **Renato Antonini, Amministratore Delegato di Zurich Investments Life.***

Accanto alla salute, la dimensione economica assume un peso sempre più rilevante: oltre 1 italiano su 3 teme di non disporre di risorse sufficienti per affrontare serenamente una vita più lunga, mentre oltre il 72% ritiene che il sistema pubblico non sarà in grado di sostenere nel tempo una popolazione sempre più anziana.

### **Non autosufficienza: una paura trasversale a tutte le generazioni**

Tra le fragilità legate all'invecchiamento, la non autosufficienza è quella che tocca più profondamente la sensibilità degli italiani. **L'84% si dichiara preoccupato all'idea che sé stesso o un proprio familiare possa trovarsi in questa condizione.**

*“Stiamo iniziando a vedere i frutti del lavoro svolto per promuovere una maggiore cultura della protezione, ma persistono ancora barriere culturali che frenano la propensione degli italiani a considerare le soluzioni per la non autosufficienza. Con Zurich 4Care lavoriamo per superarle, rendendo queste coperture più accessibili e vicine alle esigenze reali delle persone. Grazie a un modello basato su condivisione e mutualità, siamo riusciti ad offrire soluzioni effettive su misura per famiglie e aziende, contribuendo a diffondere la consapevolezza che la protezione non sia un privilegio, ma una possibilità per tutti”,* ha aggiunto **Claudio Raimondi, Amministratore Delegato di Zurich 4Care.**

In questo contesto, 1 italiano su 2 indica i servizi di assistenza alla non autosufficienza come una priorità (in particolar modo il 62% dei Baby Boomer e il 57% della Gen X) ma emerge con forza che il contrasto alla solitudine e il sostegno alla socialità siano una necessità sempre più rilevante per affrontare con serenità le fasi più critiche della vita (un'esigenza rilevata dal 49% dei Baby Boomer).

Si tratta di una consapevolezza espressa con decisione tra le generazioni più giovani, che mostrano una maggiore sensibilità verso il supporto psicologico, segnalato come prioritario dal 29% della Gen Z, segno di un'attenzione sempre più ampia anche alla dimensione emotiva della fragilità.

### **Protezione: al terzo posto per gli italiani le soluzioni assicurative come possibile strumento di tutela per affrontare il futuro**

In questo contesto, si fa strada la ricerca di risposte adeguate alle esigenze sempre più profonde, che si scontra tuttavia con una conoscenza ancora limitata degli strumenti disponibili. Oggi, in caso di perdita di non autosufficienza, resta ancora prevalente per gli italiani il ricorso ai risparmi personali e la richiesta di aiuto al sostegno pubblico.

Allo stesso tempo la ricerca rileva un dato importante: **oltre 1 italiano su 4 guarda alle soluzioni assicurative come un possibile strumento di tutela per affrontare il futuro.**

Cresce infatti l'interesse tra coloro che ancora non hanno sottoscritto un prodotto assicurativo, trainato in particolare dai più giovani: oggi la GenZ si dichiara aperta a valutare polizze Vita, fondi pensione integrativi e polizze temporanea caso morte (TCM).

Spicca in particolare l'attenzione rivolta alle soluzioni Long-Term-Care (LTC), pensate per fornire un supporto economico continuativo e un concreto sostegno emotivo nell'eventualità di perdita di autosufficienza. Sebbene oggi solo 1 italiano su 4 dichiara di esserne pienamente informato, il 47% di coloro che non possiedono una LTC potrebbe valutare di sottoscriverne una, con un interesse particolarmente marcato nella GenX.



\*\*\*

**Zurich Insurance Group (Zurich)** è leader globale nel settore assicurativo. Fondato oltre 150 anni fa, serve oggi più di 82 milioni di clienti in oltre 200 Paesi e territori, garantendo rendimenti per gli azionisti superiori alla media del settore.

In linea con l'obiettivo di "creare insieme un futuro migliore", Zurich offre soluzioni di protezione che vanno oltre la tradizionale copertura assicurativa, supportando i clienti a sviluppare resilienza. Dal 2020 il progetto Zurich Forest sostiene la riforestazione e il ripristino della biodiversità nella Foresta Atlantica del Brasile.

Il Gruppo conta oltre 65.000 dipendenti e ha sede a Zurigo, in Svizzera. Zurich Insurance Group Ltd (ZURN), è quotata alla SIX Swiss Exchange e ha un programma di American Depositary Receipt di livello I (ZURVY), negoziato fuori borsa su OTCQX. Maggiori informazioni sono disponibili su [www.zurich.com](http://www.zurich.com)

**Per ulteriori informazioni:**

**Zurich Italia**

Laura Mazzaglia

Head of External & Corporate Communications [laura.mazzaglia@it.zurich.com](mailto:laura.mazzaglia@it.zurich.com) +39 3666327503

**Community**

[zurich@communitygroup.it](mailto:zurich@communitygroup.it)

Silvia Tavola +39 338 6561460

Lucia Fava +39 366 5613441