

Longevity tra opportunità e fragilità: gli italiani e la sfida di una vita più lunga

20 maggio 2026

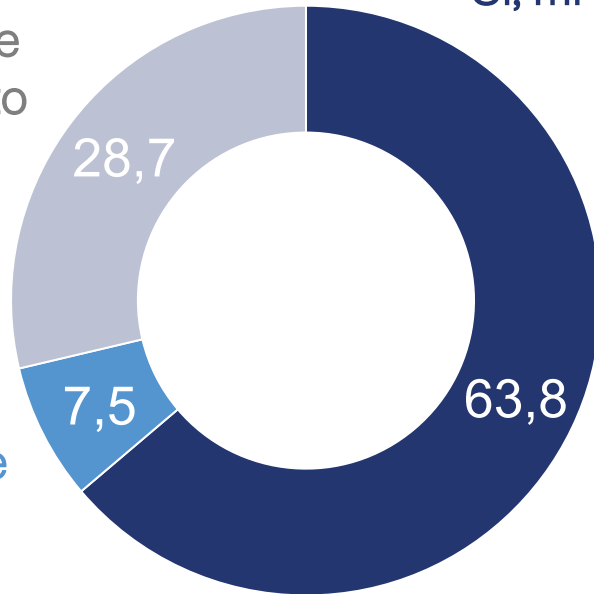


Longevità: più di 6 italiani su 10 la apprezzano, ma tra i giovani cresce un rilevante scetticismo a riguardo

La medicina, la tecnologia e condizioni di vita sempre migliori permettono già ora che la prospettiva di vita si allunghi, e in futuro lo faranno sempre di più.
Di primo impatto, questa prospettiva le piace o no?

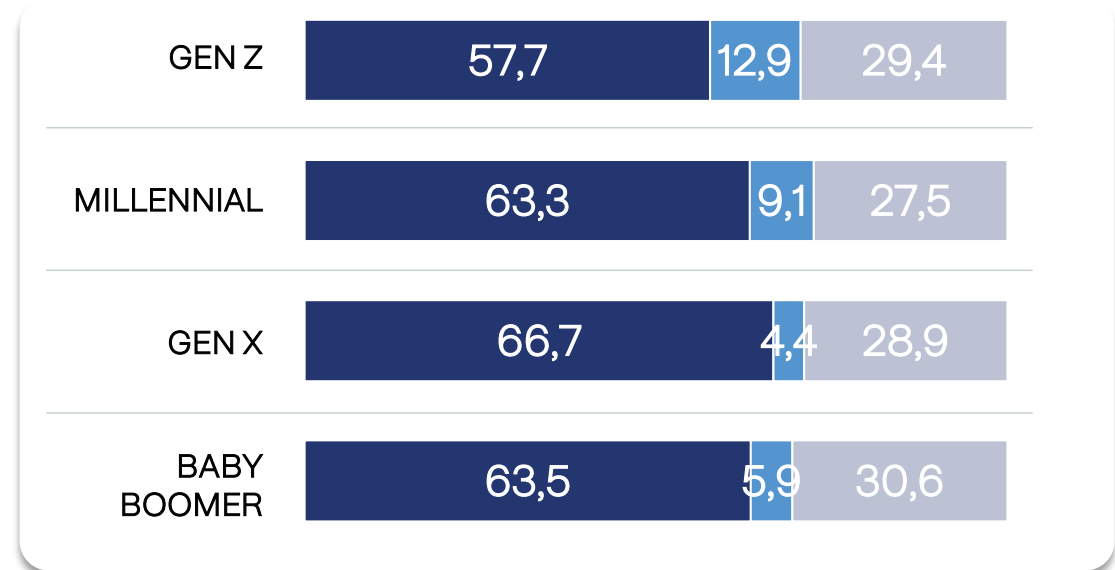
Non saprei, non è facile esprimere un giudizio netto

Sì, mi piace



No, non mi piace

DETTAGLIO PER GENERAZIONI

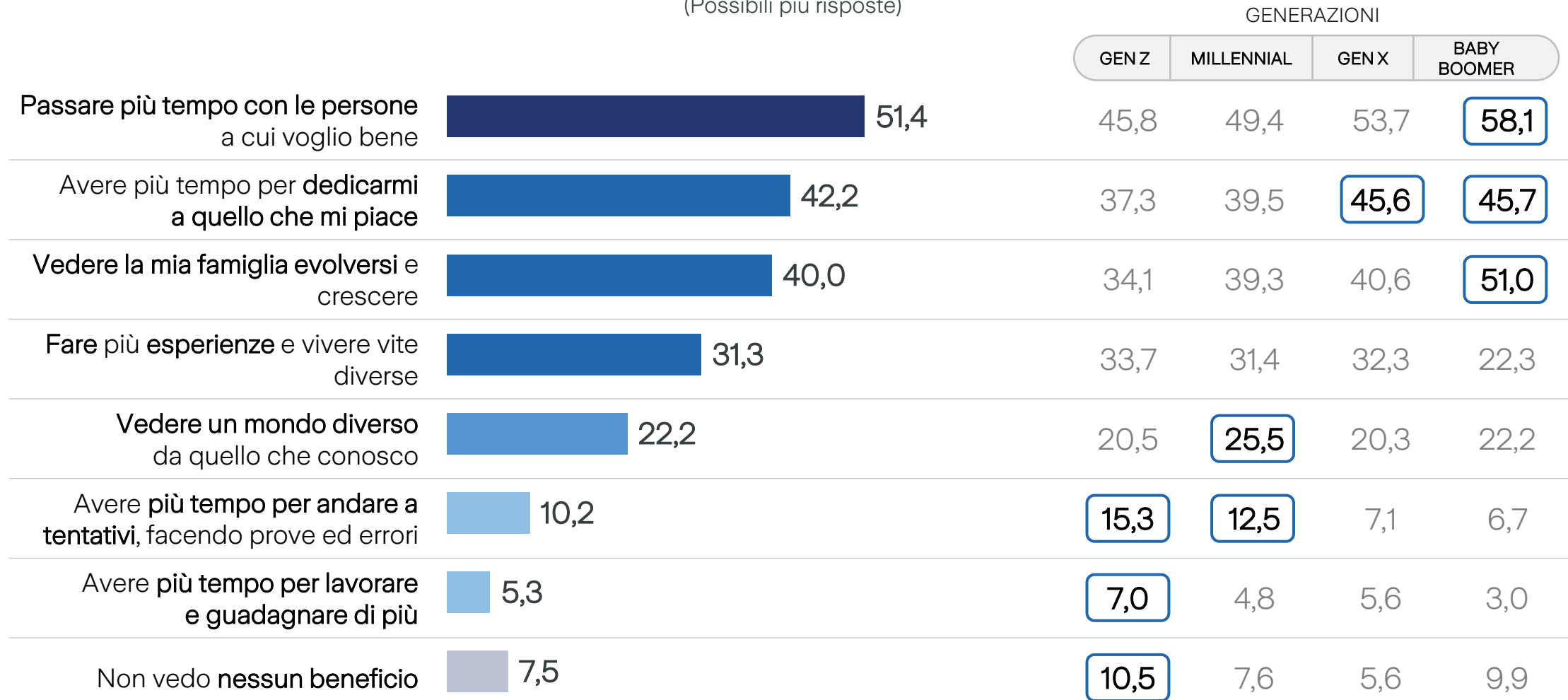


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.

Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. N= 2.068.

I benefici della longevità: il tempo per gli affetti unisce le generazioni, per i giovani è anche uno spazio di «prova»

Personalmente, quali **benefici** intravede nel vivere più a lungo?
(Possibili più risposte)

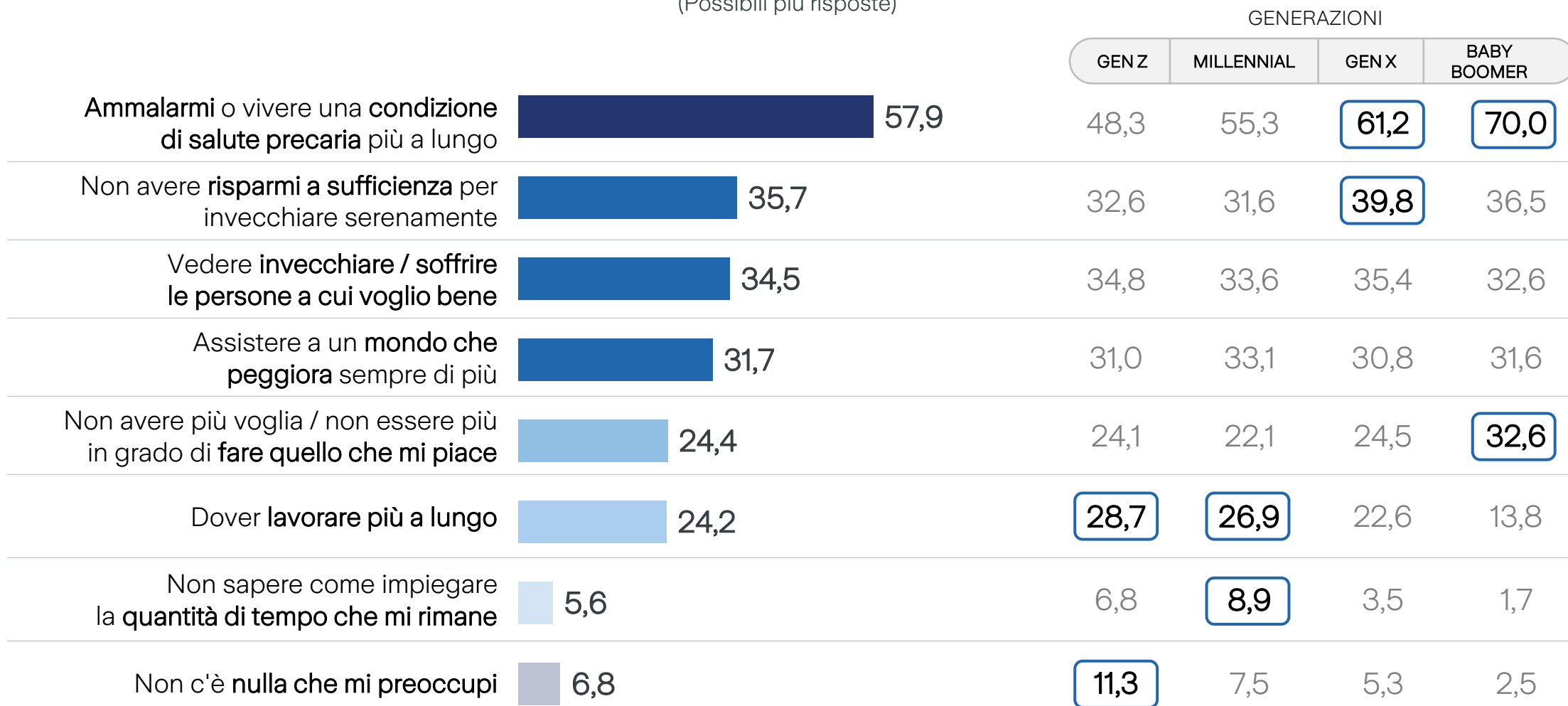


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.

Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. N= 2.068.

I timori di una vita più lunga: salute precaria al primo posto. Gen X più preoccupata sul fronte previdenza, Gen Z sul lavoro

E, invece, sempre pensando alla sua situazione, cosa la preoccupa di una vita più lunga?
(Possibili più risposte)

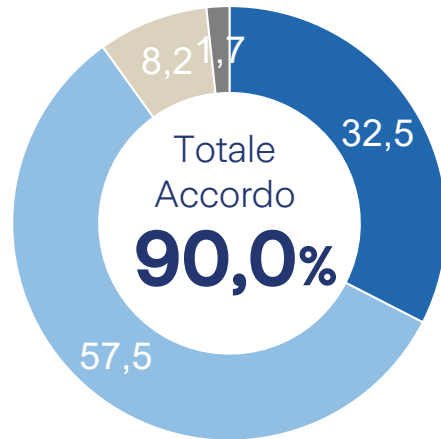


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. N= 2.068.

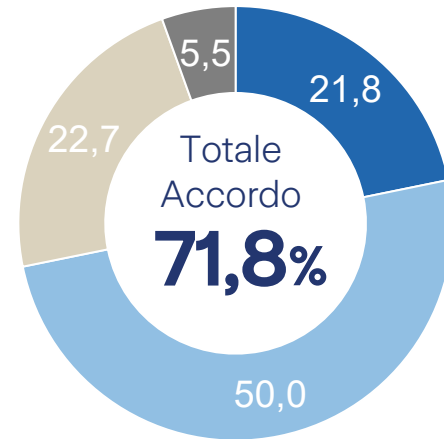
Lo stile di vita è la chiave dell'invecchiare in salute per 9 italiani su 10. Longevità? Per l'Italia più un problema che un'opportunità

E quanto si trova in accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni in merito alla longevità?

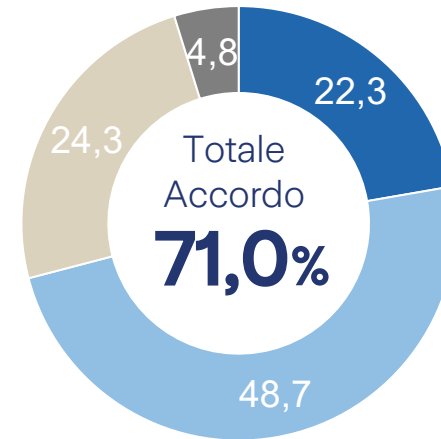
Invecchiare in salute non è solo questione di genetica ma di stile di vita quotidiano



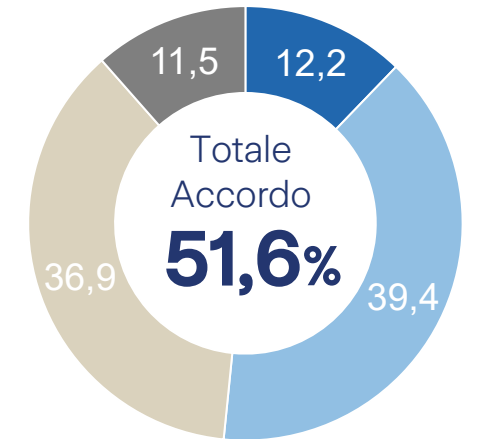
La longevità sarà un problema per il Paese, lo Stato non riuscirà a mantenere più persone a lungo



La vita deve fare il suo corso, bisogna accettare l'invecchiamento senza forzare la longevità



La longevità è un'opportunità per il Paese: le persone invecchieranno più in salute e graveranno meno sullo Stato

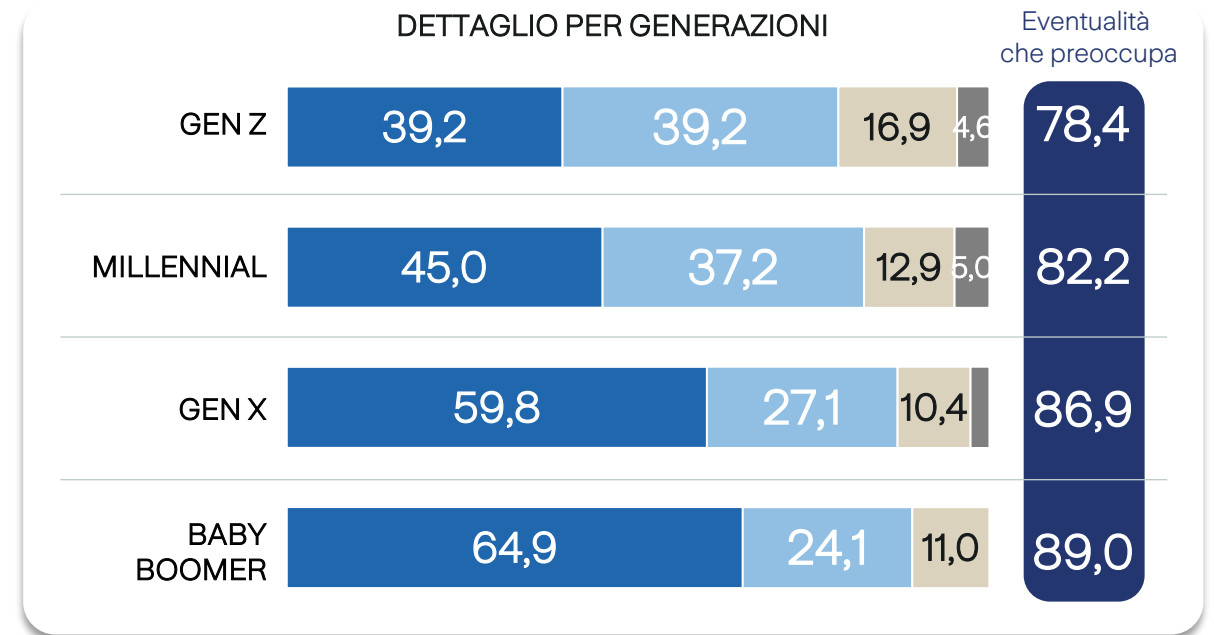
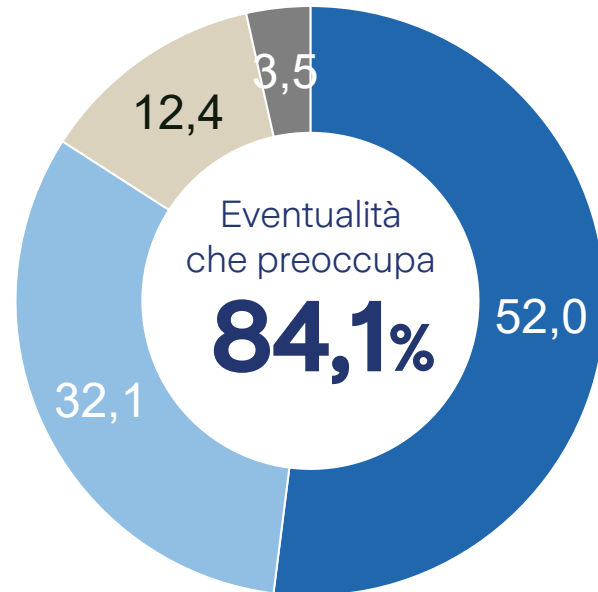


■ Del tutto d'accordo
 ■ D'accordo
 ■ In disaccordo
 ■ Del tutto in disaccordo

La non autosufficienza tocca nel profondo la sensibilità di 1 italiano su 2 che la ritiene concretamente un'amara fase di vita

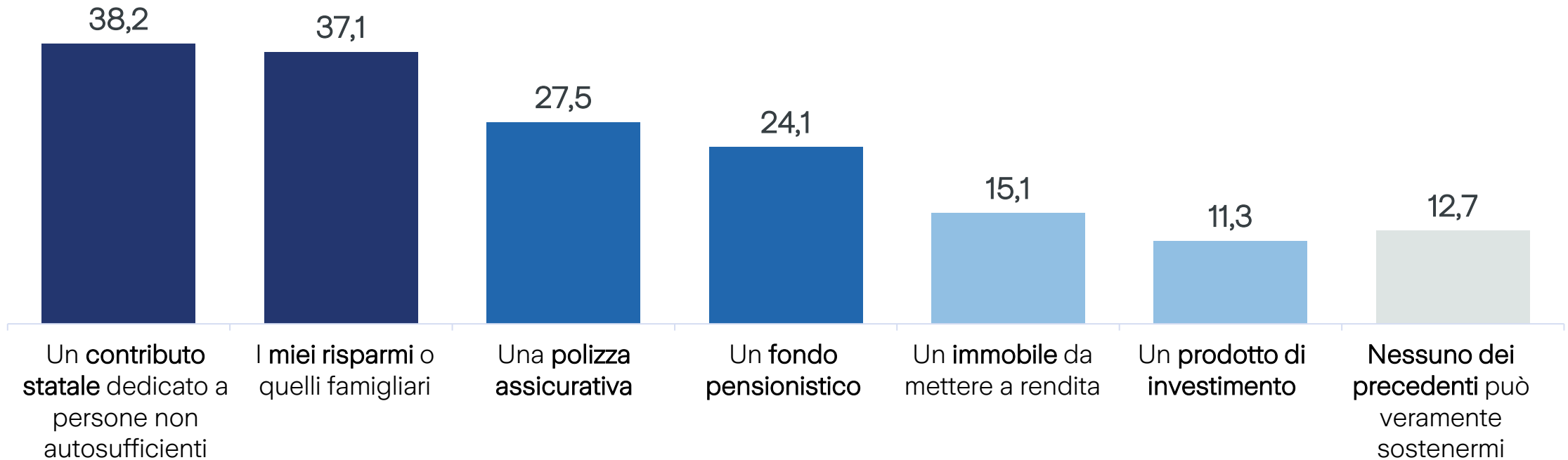
Innanzitutto, quanto la spaventa l'ipotesi che lei o qualcuno dei suoi cari possa diventare non autosufficiente in futuro?

- È un'eventualità che **mi preoccupa** e credo sia un rischio concreto
- È un'eventualità che **mi preoccupa**, ma non lo ritengo un rischio concreto
- È un'eventualità che **non mi preoccupa**, pur ritenendolo un rischio concreto
- È un'eventualità che **non mi preoccupa** e non credo possa accadere a me o ai miei cari



In risposta alla non autosufficienza, lo Stato e i risparmi personali restano il rifugio principale. Al terzo posto le polizze assicurative

E, se pensa alla sua personale situazione, quale/i dei seguenti strumenti potrebbero sostenerla economicamente in caso di perdita di autosufficienza sua o dei suoi cari? (Possibili più risposte)

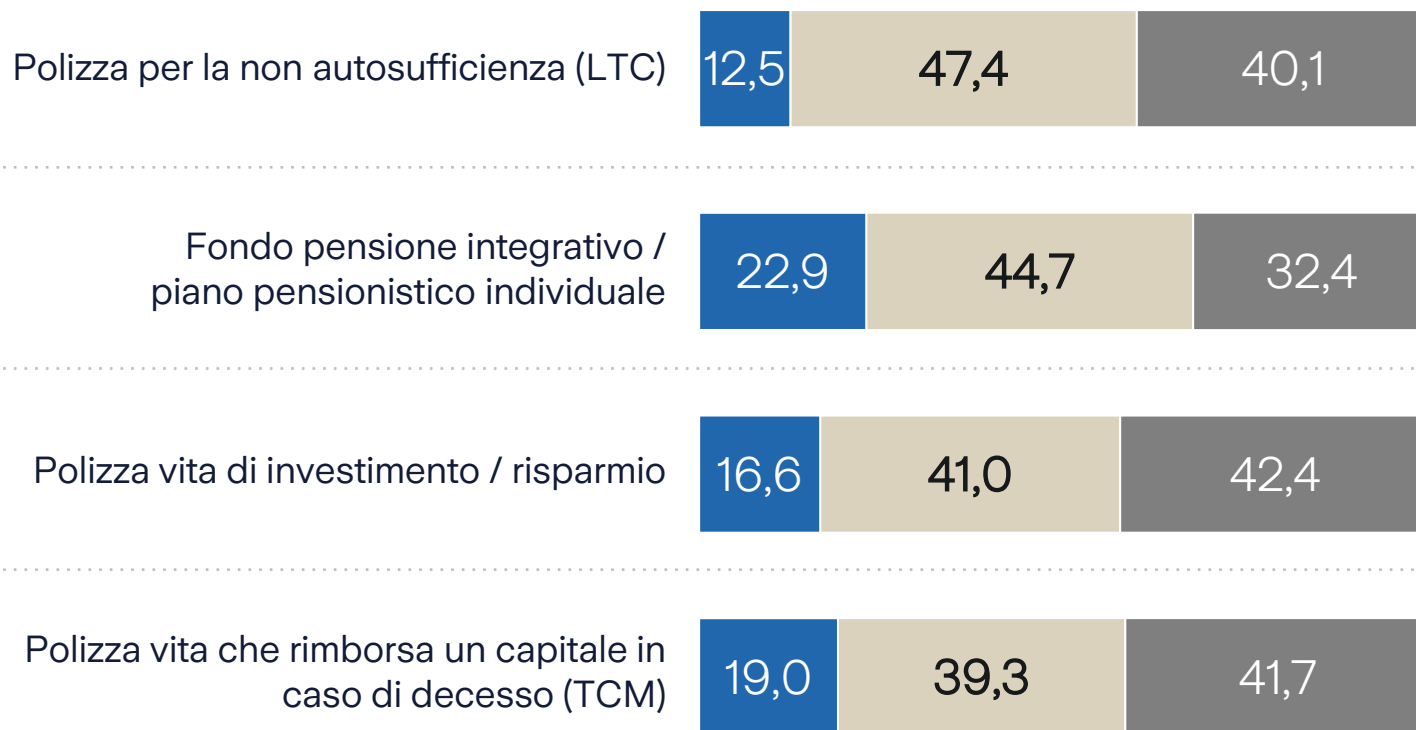


NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.
 Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. N= 2.068.

Polizze Vita? Ci stanno pensando soprattutto i Gen Z. Curiosità per la LTC trasversale tra le generazioni

Ha mai pensato realmente di stipulare un prodotto assicurativo tra i seguenti?
(Risponde solo chi non ha indicato di possedere i singoli prodotti assicurativi)

■ Sì, mi sono informato ma poi ho rinunciato
 ■ No, ma potrei valutare di farlo
 ■ No, perché non mi interessa

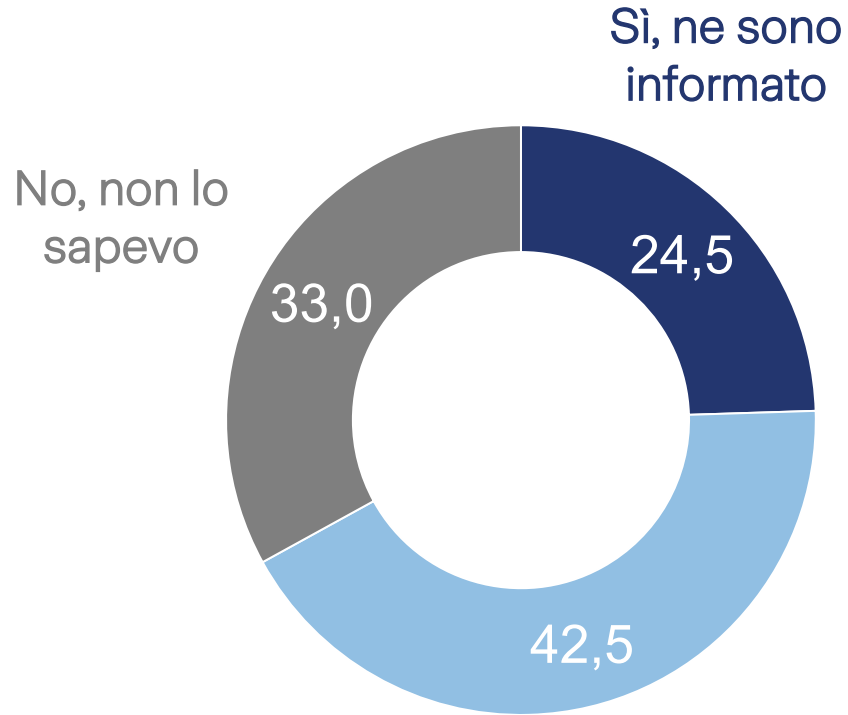


DETTAGLIO «No, ma potrei valutare»

GENERAZIONI			
GEN Z	MILLENNIAL	GEN X	BABY BOOMER
49,5	43,2	50,0	45,5
53,6	43,9	44,0	31,6
49,6	42,2	38,4	31,6
43,4	42,5	35,9	34,2

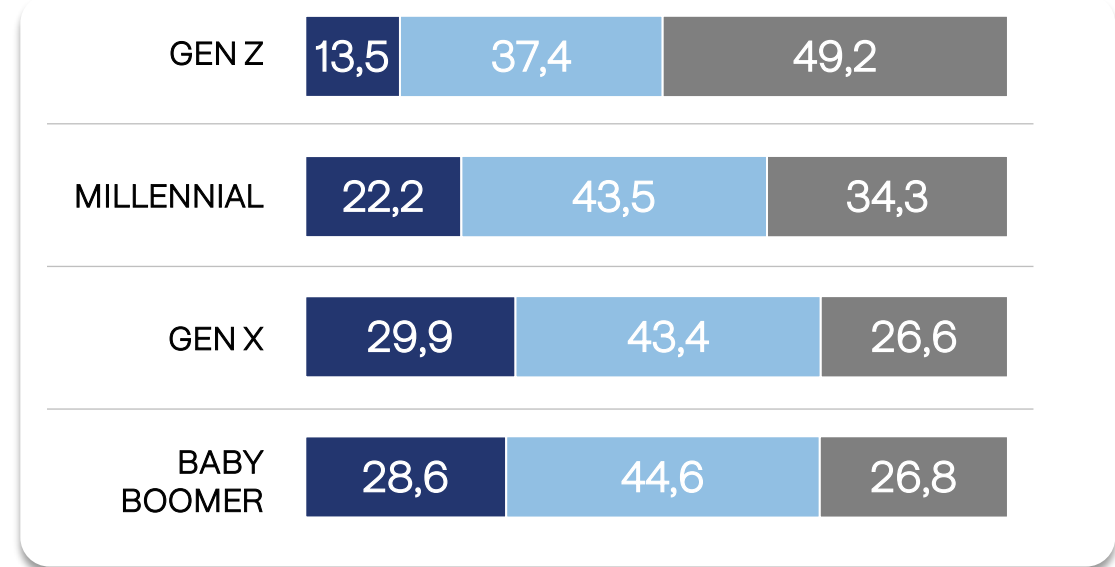
Polizze LTC: 1 italiano su 4 dichiara di essere informato a riguardo, cresce la conoscenza tra Gen X e Baby Boomers

È a conoscenza del fatto che esistono polizze assicurative che garantiscono una rendita mensile per tutta la vita in caso di perdita dell'autosufficienza?



Ne avevo sentito parlare ma non conosco i dettagli

DETTAGLIO PER GENERAZIONI



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 18-31 Marzo 2026.

Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo di individui tra i 18 e i 64 anni. N= 2.068.

*“There is nothing so stable as change”
Bob Dylan*



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ, OLTRE 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ**
 - ✓ **INNOVAZIONE, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI**
- ✓ **CURA ARTIGIANALE, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE**
 - ✓ **DATI, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO**
 - ✓ **ALGORITMI, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI**
 - ✓ **PERSONE, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO**

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022.

La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525 - Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320 - Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112 - Fax +39 06 86206754

BRUXELLES

Square de Meeûs 35 - 1000
info@pollingeurope.eu

