

Comunicato Stampa

La scarsa consapevolezza delle malattie croniche rischia di pesare ulteriormente sulla crisi sanitaria

*Il report **States of Mind Health** di Allianz Partners rivela tre cambiamenti di mentalità necessari per ottenere risultati migliori all'interno dei sistemi sanitari.*

Milano, 25 gennaio 2023

Nonostante le **malattie croniche** siano di gran lunga la principale causa di morte in tutto il mondo, nonché il maggior onere per i sistemi sanitari, **solo un terzo (33%) degli over 65 si preoccupa del rischio di soffrirne**¹. E con i sistemi sanitari a livello globale messi a dura prova quest'inverno dalle patologie stagionali e dalla coda pandemica, le sfide sistemiche a lungo termine rischiano di passare in secondo piano.

Queste tra le principali tendenze delineate dal report **States of Mind Health** di **Allianz Partners**, leader mondiale nei servizi assicurativi e di assistenza. Basandosi sugli insight dei principali esperti del settore e sui dati dell'**Allianz Partners Customer Lab**¹, il report evidenzia tre cambiamenti di approccio fondamentali per aiutare i sistemi sanitari ad affrontare le principali sfide strategiche che si trovano davanti oggi:

- Rifocalizzarsi sulla prevenzione piuttosto che sulla cura
- Sensibilizzare un sempre maggior numero di persone sui temi della salute
- Liberare il vero potenziale della digital health

Accrescere la consapevolezza e il coinvolgimento del pubblico nei confronti delle malattie croniche o non trasmissibili (MNT) è di vitale importanza per ridurre la pressione sui sistemi sanitari, oggi e in futuro. Ciò è particolarmente vero in un contesto di progressivo invecchiamento della popolazione mondiale: poiché le persone vivono più a lungo con malattie croniche, l'onere delle cure a queste legate aumenterà in modo significativo.

¹ Dati dell'Allianz Partners Customer Lab, database quantitativo proprietario di informazioni sui consumatori. I dati del 2022 sono stati raccolti in primavera e hanno coinvolto oltre 25.000 consumatori in dieci paesi: Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Stati Uniti. I dati sono analizzati a livello di Paese e di fascia di età, nonché a livello di campione totale.

Il report evidenzia l'urgenza di concentrarsi sulla prevenzione - cambiamenti nella dieta, riduzione del fumo e del consumo di alcol - che riducano il rischio di malattie non trasmissibili. Emerge la necessità di una maggiore responsabilizzazione dei pazienti, per migliorarne l'esperienza e incoraggiare il cambiamento nelle abitudini e nei comportamenti. L'indagine di Allianz Partners evidenzia però segnali preoccupanti: **solo il 46% degli intervistati ha dichiarato di voler assumere un ruolo più proattivo nella gestione della propria salute nel post-pandemia.**

Per aumentare la proattività dei pazienti, gli operatori sanitari devono comprendere meglio gli ostacoli percepiti dai singoli individui e impegnarsi per andare incontro ai pazienti "dove si trovano", raggiungendoli per esempio attraverso le comunità locali e familiari.

I sistemi sanitari devono inoltre continuare a impegnarsi nell'evoluzione della digital health come mezzo per migliorare la prevenzione e assicurarsi un maggiore coinvolgimento dei pazienti. Mentre temi come la semplicità e la comodità spesso dominano il dibattito sui servizi sanitari digitali, il report sottolinea la necessità di concentrarsi sul potenziale unico dell'health tech in aree come la raccolta di dati in tempo reale, e sulle principali barriere all'adozione, come la disparità di accesso.

Negli ultimi anni si è assistito a un forte aumento dell'utilizzo e dell'attenzione ai servizi sanitari digitali da parte di alcune fasce della popolazione. I dati di Allianz Partners rivelano **negli ultimi due anni un aumento di 26 punti nell'utilizzo del teleconsulto tra le giovani famiglie.** Tuttavia, permane un forte divario digitale tra le generazioni. **Solo il 39% degli ultrasessantacinquenni utilizza o prenderebbe in considerazione l'utilizzo del telemonitoraggio medico in qualche forma.** Un dato in contrasto **con il 66% delle giovani famiglie.**

"Non credo che la pandemia abbia indotto la maggior parte delle persone a cambiare i propri comportamenti in materia di salute. Abbiamo riscontrato dei trend che suggeriscono che alcuni hanno modificato il proprio stile di vita per renderlo più sano, ma la sensazione è che ciò sia avvenuto principalmente tra persone che stavano iniziando ad assumere un atteggiamento proattivo nei confronti della propria salute già prima della pandemia. Per molti altri invece, negli ultimi anni, è stato più difficile mantenersi in salute", ha commentato Paula Covey, Chief Marketing Officer for Health di Allianz Partners. "Malgrado i sistemi sanitari di tutto il mondo siano alle prese con le sfide peculiari di questo inverno, non possiamo permetterci di sottovalutare l'importanza delle condizioni croniche o dei cambiamenti nelle abitudini e negli stili di vita, perché hanno il potenziale per ridurre molti rischi. Dobbiamo approfondire la nostra comprensione dei problemi e delle possibili soluzioni alla crisi sanitaria che si va delineando, dando ai pazienti la possibilità di assumersi una maggiore responsabilità riguardo alla propria salute e facendo un uso migliore delle nuove tecnologie ora disponibili".

Il rapporto States of Mind Health di Allianz Partners è disponibile integralmente online [qui](#).

Contatti stampa

Allianz Partners

Caterina D'Apolito, Head of Communications & Sustainability - caterina.dapolito@allianz.com
+39 335 54 94 192

Omnicom PR Group

Emanuela dell'Isola – emanuela.dellisola@omnicomprgroup.com +39 348 4848014

Carmelo Santisi – carmelo.santisi@omnicomprgroup.com +39 338 8874351

Allianz Partners

Allianz Partners è leader mondiale nell'assicurazione e assistenza B2B2C e offre soluzioni globali che comprendono international health & life, assicurazione viaggio, automotive e assistenza. Guidati dal Cliente, i nostri esperti stanno ridefinendo i servizi assicurativi adatti per il futuro, attraverso prodotti e soluzioni innovative, high-tech e high-touch che vanno oltre l'assicurazione tradizionale. I nostri prodotti possono essere integrati all'interno dell'offerta dei nostri Business Partner oppure venduti direttamente ai clienti finali attraverso diversi brand commerciali, tra cui Allianz Assistance, Allianz Travel, Allianz Care. Presenti in 75 Paesi, i nostri 19.800 dipendenti parlano 70 lingue e gestiscono oltre 64 milioni di casi ogni anno, motivati ad andare oltre ogni limite per offrire serenità ai clienti in tutto il mondo. Per ulteriori informazioni visitare: www.allianz-partners.it

In Italia Allianz Partners opera con il marchio commerciale Allianz Global Assistance ed è presente con le due sedi di Milano e Casarano, con oltre 600 collaboratori, di cui oltre 150 nel Contact Center e 250 nella Centrale Operativa, che supportano quotidianamente i nostri clienti, 24h/24 per 365 giorni l'anno, gestendo complessivamente più di 5,6 milioni di chiamate e circa 600 mila casi all'anno.

Social media



Follow us on Facebook [@AllianzGlobalAssistance](https://www.facebook.com/AllianzGlobalAssistance)



Follow us on Twitter [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners) [@AllianzAssistIT](https://twitter.com/AllianzAssistIT)



Follow us on LinkedIn [Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)



Follow us on YouTube [/allianzpartners](https://www.youtube.com/channel/UCallianzpartners)



Follow us on Instagram [@allianzpartners](https://www.instagram.com/allianzpartners)