

Chiacchierata con i consumatori sulla salute mentale al culmine del lockdown

Di **Matt Singleton**, L&H Accelerator Manager, Life & Health Products

06 maggio 2020 - durata lettura 5 minuti

Natalie è una madre single di 33 anni. Ha seguito i figli nella didattica a distanza, occupandosi allo stesso tempo della casa e lavorando in smart working. Come se non bastasse, il pensiero del ritorno dei bambini a scuola, la preoccupa molto. Pur non avendo mai sofferto di particolari disturbi psichici in passato, Natalie è molto stressata e probabilmente le verrebbe diagnosticata una qualche forma di ansia clinica, se non si sentisse così in colpa nel rivolgersi a un sistema sanitario al momento in sovraccarico. La sua storia ricorda quella di molti che subiscono gli effetti del COVID-19 senza aver effettivamente contratto la malattia.

L'isolamento sociale, la paura dell'incertezza e l'impatto del virus sull'economia stanno generando una "valanga" di conseguenze sul benessere mentale di ogni individuo e ne abbiamo introdotto i diversi aspetti nei nostri ["Approfondimenti di tendenza"](#). Già da tempo, infatti, avevamo identificato nella salute mentale uno dei nostri ["Sei grandi" rischi per lo stile di vita](#) - ossia sei fattori non del tutto quantificabili e tuttavia critici, per l'assunzione, che vogliamo comprendere meglio per migliorare l'offerta dei prodotti, la selezione del rischio, l'esperienza del consumatore, dunque la salute in generale.

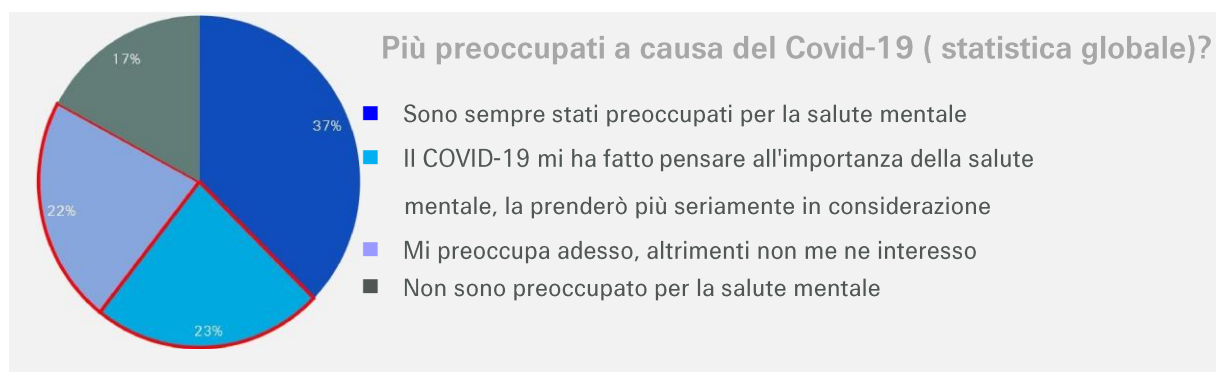
Abbiamo parlato con oltre 4000 consumatori in sette mercati durante il picco del lockdown. Le conversazioni facevano parte di un progetto di ricerca in corso, volto a comprendere la concezione dei consumatori sulla salute mentale e dunque individuare il ruolo che potrebbe avere l'assicurazione in merito.

« La consapevolezza crescente dell'importanza della nostra salute mentale e la maggiore apertura al riguardo, è iniziata molto prima del COVID-19, ma la situazione attuale ha accelerato questa tendenza.»

Una panoramica su alcuni approfondimenti di titoli:

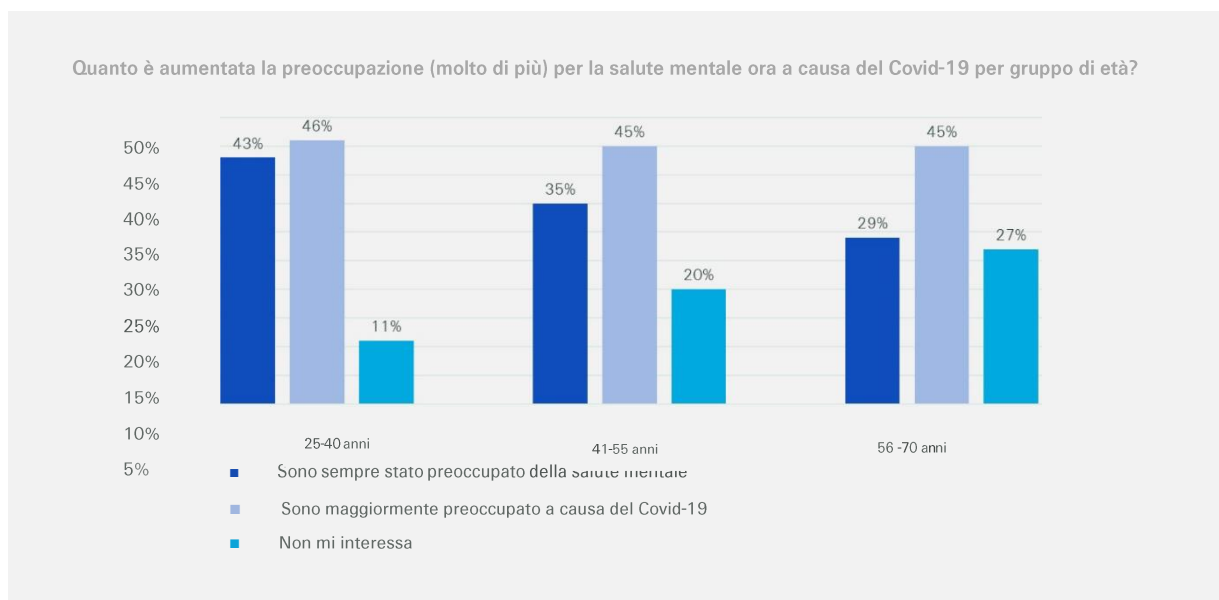
1 persona su 4 terrà più seriamente in considerazione la salute mentale in futuro

A causa del COVID-19, quasi la metà degli intervistati è maggiormente preoccupata per la propria salute mentale. Alcuni sono preoccupati dell'hic et nunc, ma non credono che la salute mentale rappresenterà un problema dopo la crisi (21%). D'altro canto, il 24% ha iniziato a riconoscere l'esistenza delle problematiche legate alla salute mentale, il loro impatto sulla quotidianità e continuerà a farlo anche dopo il superamento della crisi.



Le persone più giovani sono quelle più preoccupate

La fascia di età più giovane (età 25-40) rappresenta la percentuale più alta di coloro che sono sempre stati interessati a questa tematica. In tutte le fasce di età, tuttavia, è presente una percentuale costante del 45% circa che ha cambiato idea sulla salute mentale a causa del COVID-19.



0%

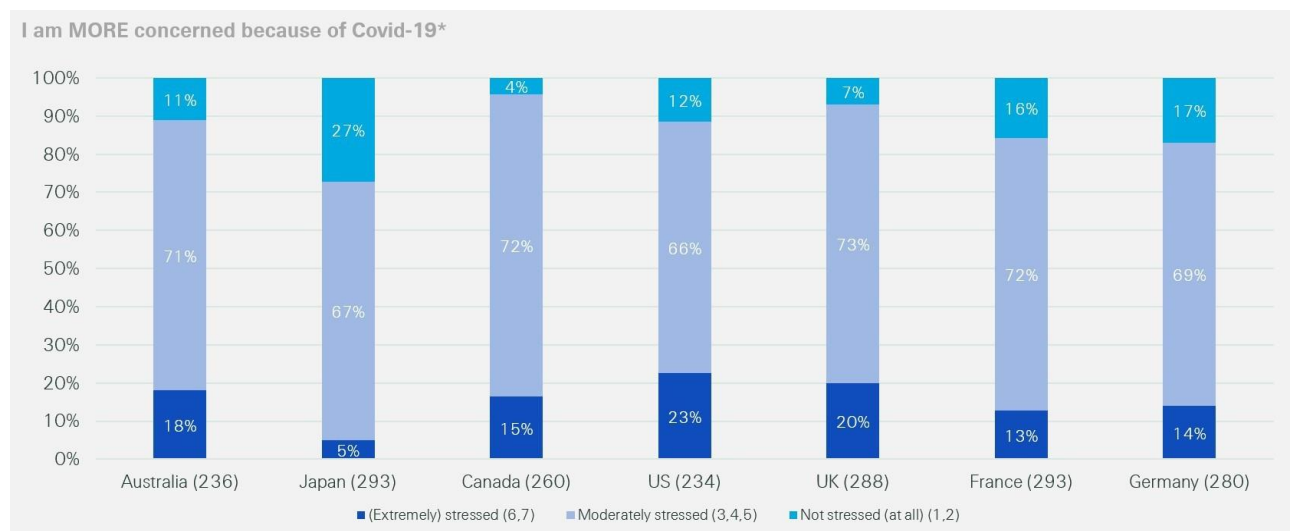
Esiste un' elevata probabilità che la fascia di età più anziana presa in considerazione nello studio (età 56-70) affermi che la salute mentale non costituisca un problema, rispecchiando i risultati di altri studi che dimostrano come gli anziani tendano a essere più soddisfatti e che la maggiore ricchezza e sicurezza economica abbiano un ruolo importante.

Al contrario, alcune tra le generazioni più anziane potrebbero essere meno inclini ad ammettere di essere preoccupate per il proprio benessere mentale, mascherando potenzialmente una conseguenza più grave

Persone che presentano una situazione di stress moderata si preoccupano in modo direttamente proporzionale

Un'anamnesi di stress potrebbe avere un impatto sul livello di preoccupazione delle persone. C'è una maggiore probabilità che i soggetti che hanno subito uno stress moderato prima dell'epidemia siano più preoccupati della salute mentale oggi (vedere grafico).

Allo stesso modo, coloro che riportano livelli elevati di stress si preoccupano per il proprio benessere mentale. Coloro che non hanno mai sofferto di stress nell'ultimo anno mostrano meno preoccupazione per il proprio benessere mentale, anche durante questa crisi.



Cosa può fare l'assicurazione?

Le compagnie assicurative hanno l'opportunità di fornire supporto ai consumatori in diversi ambiti:

- **Creare nuove soluzioni:** *la consapevolezza è il primo passo verso l'azione. Le assicurazioni possono fornire soluzioni nuove o migliorare quelle esistenti - per aiutare i consumatori a comprendere meglio il loro rischio, sostenere la prevenzione e incoraggiare un intervento precoce in presenza di episodi di ansia o depressione; la preoccupazione delle generazioni più giovani rappresenta un'area di interesse*
- **Assunzione:** *Con un numero più elevato di consumatori consapevoli, i ri/assicuratori potrebbero aiutarli lungo il percorso attraverso la ricerca di forme migliori di identificazione precoce del rischio per un'assunzione di maggior successo a lungo termine, utilizzando metodi olistici, progressivi e supportati da una ricerca aggiornata basata su evidenze scientifiche.*
- **Supporto sinistri:** *La condivisione delle best practice tra i mercati, con l'aiuto dei team di riabilitazione globali dei riassicuratori e un approccio basato sulle evidenze scientifiche, potrebbe creare programmi avanzati di prevenzione e intervento*

La crisi del COVID-19 rappresenta un punto di svolta sotto molti aspetti, ma riteniamo che la maggiore attenzione per la salute mentale possa essere uno dei fattori positivi per il nostro settore, un'opportunità per fornire più supporto a persone come Natalie. La nostra ricerca sui consumatori dimostra che la maggiore consapevolezza, l'apertura e le tempistiche sono ideali per svolgere un ruolo più attivo e aiutare più persone nel mondo post-pandemico.

Per ulteriori informazioni, contattare il proprio rappresentante Swiss Re.

**Natalie è un caso rappresentativo, basato su diversi risultati statistici della ricerca*

Per ulteriori informazioni sul rischio in periodi incerti, visitare [swissre.com/coronavirus](https://www.swissre.com/coronavirus).