

Comunicato stampa

Casse malati: i trend per il 2023

Il modello Medico di famiglia è sempre più apprezzato

Ecco i trend nell'assicurazione malattia per il 2023: il modello Medico di famiglia è sempre più apprezzato. Il modello Telmed, invece, non decolla. Dopo i massicci aumenti dei premi per il 2023, la domanda per un'assicurazione di base standard ha subito un forte calo. L'analisi delle ricerche effettuate sul portale di casse malati comparis.ch mostra inoltre una leggera diminuzione dell'interesse per il modello HMO. «Il calo della domanda di modelli HMO è però solo sistematico. I nuovi modelli Medico di famiglia con medici di famiglia nei centri medici ambulatoriali sono di fatto modelli HMO», spiega Felix Schneuwly, esperto Comparis in assicurazione malattia.

Zurigo, 27 ottobre 2022 – Il servizio di confronti online comparis.ch, che offre il più grande confronto tra casse malati in Svizzera, ha analizzato i trend nell'assicurazione malattia per il 2023 sulla base delle ricerche degli utenti nel periodo tra il 1° e il 15 ottobre 2022.

Il modello Medico di famiglia è di gran lunga il più richiesto per il 2023

Per il prossimo anno, a riscuotere il maggior successo tra gli adulti over 25 è dunque il modello Medico di famiglia, con un volume pari al 42,5% di tutte le richieste per le assicurazioni malattia. Si tratta 5,1 punti percentuali in più rispetto al 2021.

Anche nella fascia di età dei giovani adulti fino ai 25 anni il più richiesto è stato il modello Medico di famiglia, con un volume di ricerca del 43% – 7,1 punti percentuali in più rispetto all'anno precedente.

«Tutti parlano di digitalizzazione. Tuttavia, il modello medico di famiglia è il più popolare. A primo acchito può sembrare sorprendente, ma analizzando i modelli più nel dettaglio ci si accorge che ora esistono nuovi modelli Medico di famiglia che, con il supporto digitale, coordinano anche i trattamenti di medici specialisti, terapeuti, ospedali, cliniche di riabilitazione ecc.», spiega Felix Schneuwly, esperto Comparis in assicurazione malattia.

Il modello Telmed fatica a decollare

Tra l'inizio e la metà di ottobre, il 20,5% degli over 25 ha cercato su Comparis un'assicurazione di base con modello Telmed. Lo scorso anno la percentuale era del 20,1%. Tra i giovani adulti, il 19,6% ha cercato prodotti Telmed – in questa fascia di età nel 2021 erano stati il 19,1%.

«Rispetto ai nuovi modelli Medico di famiglia, i modelli Telmed hanno lo svantaggio di non coordinare i trattamenti dopo la prima consultazione con la telemedicina, anche se i grandi fornitori di telemedicina Medi24 e Medgate sarebbero ben contenti di farlo», commenta Felix Schneuwly, esperto Comparis in assicurazione malattia.

Crollo significativo nella ricerca di un'assicurazione standard

Il 18,9% di tutte le ricerche effettuate dagli adulti riguarda ancora l'assicurazione standard con libera scelta del medico. Lo scorso anno la percentuale era però del 23%. Quest'anno il 20,2% degli adulti sotto i 25 anni ha cercato un'assicurazione standard (anno precedente: 26,8%).

«La tendenza verso modelli assicurativi alternativi (MAA) perdura da anni e sarà ulteriormente alimentata dai forti aumenti dei premi nel 2023 dell'assicurazione di base standard annunciati questo autunno. Questo andamento positivo potrebbe però essere interrotto dal 2° pacchetto di risparmio che il Consiglio nazionale discuterà nella sessione di dicembre», osserva Schneuwly.

La domanda di modelli HMO è in calo

Per il prossimo anno, il modello HMO è il meno richiesto tra gli adulti. Il 18,0% delle ricerche effettuate durante il periodo preso in esame ha riguardato questo modello, un calo di 1,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Anche lo scorso anno il modello HMO è stato quello meno richiesto con il 19,4% di ricerche.

Anche tra i giovani adulti il modello HMO è il meno apprezzato nell'ambito del cambio di cassa malati. Solo il 17,2% delle ricerche effettuate da utenti in questa fascia di età, infatti, ha riguardato questa tipologia di modelli. Con un volume di ricerca del 18,1%, il modello HMO era già stato il fanalino di coda anche l'anno scorso.

«Il calo della domanda di modelli HMO è però solo sistematico. I nuovi modelli Medico di famiglia con medici di famiglia nei centri medici ambulatoriali sono di fatto modelli HMO», spiega Felix Schneuwly.

Top e flop degli ultimi 5 anni

Rispetto a cinque anni fa, il modello Medico di famiglia è quello che ha registrato il maggior aumento di popolarità tra gli adulti e i giovani adulti, con una crescita rispettivamente di 5,8 e 6 punti percentuali. Il modello standard è stato quello che ha perso maggiormente terreno, con un calo di 5,2 punti percentuali tra gli adulti e di 5,4 punti percentuali tra gli under 25.

«La crescente domanda di modelli assicurativi alternativi è la conseguenza positiva del miglioramento della compensazione dei rischi. Ciò fa sì che la caccia ai buoni rischi per le casse malati non sia più conveniente, al contrario dalla buona assistenza medica per i clienti malati», spiega l'esperto di Comparis.

La franchigia massima è la più ricercata

Attualmente chi è alla ricerca di una nuova cassa malati si orienta nella maggior parte dei casi su un prodotto con una franchigia da 2'500 franchi. Così è stato per il 53,7% delle ricerche effettuate su Comparis dagli adulti a ottobre 2022. Negli ultimi cinque anni, quindi, la franchigia da 2'500 franchi ha guadagnato 4,3 punti percentuali.

Anche tra i giovani adulti questa franchigia è stata la più richiesta – con un volume del 54,5%. In questa fascia della popolazione, la franchigia da 2'500 franchi ha perciò guadagnato 6 punti percentuali negli ultimi cinque anni.

La franchigia massima ha riscontrato il maggior interesse tra gli utenti adulti nella regione di premi Zurigo 1 (della quale fa parte la città di Zurigo), con un totale del 61,5% di tutte le ricerche effettuate. Tra gli under 25, a guidare la classifica è la regione di premi Glarona con un volume del 68,8%.

Leggera crescita per la franchigia minima tra gli adulti

La franchigia minima da 300 franchi ha guadagnato 1,3 punti percentuali tra gli adulti. Il volume di ricerca è stato del 31%. Tra i giovani adulti, quest'anno il 27,4% delle ricerche ha riguardato la franchigia da 300 franchi. Si tratta di un calo di 1,5 punti percentuali.

«Gli assicurati preferiscono risparmiare con MAA piuttosto che pagare di più con franchigie elevate in caso di malattia», spiega Schneuwly.

Metodologia

Sono stati analizzati oltre 6,5 milioni di confronti fra casse malati nel periodo tra il 1° e il 15 ottobre sul portale di confronto comparis.ch per gli anni dal 2018 al 2022. Per la selezione, le ricerche sono state ponderate in base al numero di persone da assicurare. Ciò significa che se sono state effettuate ricerche di più prodotti per più persone, queste ricerche sono valutate in proporzione. Il motivo è che il numero di potenziali polizze dovrebbe infatti corrispondere al numero di persone da assicurare.

Comportamento di ricerca degli assicurati adulti su Comparis

Modello assicurazione di base	Volume di ricerca 2021 in percentuale	Volume di ricerca 2022 in percentuale	Differenza in punti percentuali
Medico di famiglia	37,4	42,5	+ 5,1
Assicurazione standard	23,0	18,9	- 4,1
Telmed	20,1	20,5	+ 0,4
HMO	19,4	18,0	- 1,4

Comportamento di ricerca dei giovani adulti fino a 25 anni su Comparis

Modello assicurazione di base	Volume di ricerca 2021 in percentuale	Volume di ricerca 2022 in percentuale	Differenza in punti percentuali
Medico di famiglia	35,9	43,0	+7,1
Assicurazione standard	26,8	20,2	- 6,5
Telmed	19,1	19,6	+ 0,5
HMO	18,1	17,2	- 0,9

Maggiori informazioni

Felix Schneuwly

esperto in assicurazione malattia

telefono +41 (0)79 600 19 12

e-mail: media@comparis.ch

www.comparis.ch

Chi è comparis.ch

Con oltre 80 milioni di visite all'anno, comparis.ch è uno dei siti web svizzeri più utilizzati. L'azienda confronta tariffe e prestazioni di casse malati, assicurazioni, banche, gestori di telefonia e presenta la più grande offerta online di auto e immobili in Svizzera. Grazie ad ampi confronti e valutazioni esaustive, Comparis porta trasparenza sul mercato, rafforzando così il potere decisionale dei consumatori. Fondata nel 1996 dall'economista Richard Eisler, l'impresa con sede a Zurigo oggi conta circa 200 dipendenti.