

PRIMO PIANO

Munich Re, via il rischio guerra

Munich Re si prepara a escludere il rischio guerra dalle sue polizze informatiche. La decisione è dettata dagli effetti dell'invasione russa in Ucraina e, come ha spiegato la società alla Reuters, è volta a evitare possibili controversie sul perimetro delle coperture. L'iniziativa è dettata anche dall'esperienza maturata durante la pandemia di coronavirus, con le interruzioni di attività dovute al lockdown che hanno generato una lunga sequela di casi giudiziari in tutto il mondo. "Abbiamo imparato la lezione della pandemia come industria: è difficile lavorare quando ci sono condizioni di polizza poco chiare", ha commentato Juergen Reinhart, chief underwriter per il settore cyber di Munich Re. "Il nostro obiettivo – ha aggiunto – è avere condizioni molto, molto chiare, ed evitare sorprese". La guerra in Ucraina ha incrementato i timori di attacchi informatici a imprese private e pubbliche amministrazioni in Europa e Stati Uniti. Una stima di S&P Global quantifica in 35 miliardi di dollari le perdite assicurative che potrebbero essere generate dalla guerra, con il settore informatico posto ai vertici delle esposizioni. La maggior parte delle polizze sul cyber risk esclude il rischio guerra, ma la presenza di aree grigie può generare (e ha già generato in passato) controversie legali fra clienti e compagnie.

G.C.

RICERCHE

Il gender gap degli investimenti

Nonostante i progressi degli ultimi anni, sono ancora poche le donne che hanno deciso di investire i propri risparmi: un'indagine internazionale di N26 evidenzia prospettive, ostacoli e potenzialità degli impieghi di capitali al femminile

Il gap di genere persiste anche nel mondo degli investimenti. Un'indagine internazionale della banca digitale N26 ha rilevato che le donne investono mediamente il 29% in meno degli uomini. Eppure, nonostante questo ritardo, l'universo femminile sta mostrando una gran voglia di fondi, polizze e impieghi. Il 70% delle donne investitrici, per esempio, si è detto pronto a incrementare le risorse mensili destinate agli investimenti. E in Italia più della metà delle donne che non hanno mai effettuato operazioni di questo genere (56%) ha affermato di aver valutato in passato questa opzione, con punte del 60% fra chi ha un'età compresa fra 35 e 44 anni.



Insomma, tanta curiosità e un potenziale inespresso che, nel pieno della ripartenza dall'emergenza coronavirus, non può adesso andare sprecato. "La ricerca dimostra chiaramente come nell'ambito degli investimenti finanziari ci siano tante opportunità per le donne", ha osservato Paula Mariani, director of user experience di N26. "È molto positivo infatti che anche le donne stiano cominciando a prendere in considerazione e valutare gli strumenti migliori per far crescere il proprio patrimonio: per N26 – ha proseguito – è prioritario contribuire proattivamente a questo processo, facilitando il dialogo con le nostre clienti e creando strumenti per la gestione del risparmio e degli investimenti che siano sempre più inclusivi". La strada per una vera parità di genere, anche nel settore degli investimenti, resta tuttavia ancora lunga. "La nostra ricerca rivela come la percentuale di donne che detiene bitcoin sia triplicata negli ultimi tre anni e che, tuttavia, la percentuale di uomini sia ancora sei volte più grande: c'è ancora molto da fare – ha concluso Mariani – e non vediamo l'ora di contribuire a costruire un settore degli investimenti accessibile a tutti".

(continua a pag. 2)

INSURANCE CONNECT
È SU FACEBOOK

Segui la nostra pagina

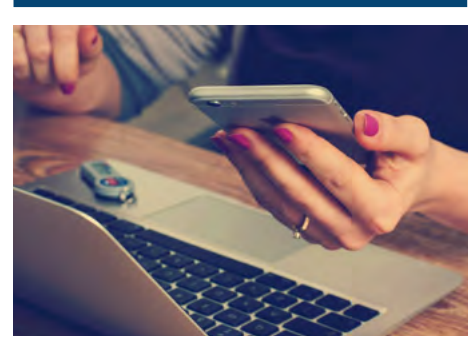
Insurance
Connect

(continua da pag. 1)

LE RAGIONI DI UNA SCELTA

A spingere le donne a investire è principalmente il desiderio di costruirsi una stabilità finanziaria a lungo termine: la sicurezza economica, con il 43% delle risposte, si impone come la motivazione principale, distaccando di gran lunga (23%) l'obiettivo di aumentare rapidamente le proprie finanze.

In Italia la stabilità finanziaria a lungo termine si conferma lo stimolo principale (43%), seguita dal desiderio di garantire sicurezza economica alla propria famiglia (40%), dalla creazione di una rendita integrativa per la pensione (30%), dalla volontà di proteggersi dall'inflazione e dalle eventuali crisi finanziarie (28%) e dalla voglia di incrementare rapidamente le proprie disponibilità economiche (25%). Dietro si piazzano il sostegno a un'impresa in cui si crede (13%), il rafforzamento del proprio status nella cerchia sociale di riferimento (11%) e la possibilità di partecipare a conversazioni con amici e familiari (10%). Più o meno le stesse motivazioni si ritrovano fra le donne che ancora non investono, ma che comunque ci stanno pensando: accrescere i propri risparmi a lungo termine (41%), costruire una sicurezza finanziaria per la propria famiglia (40%) e aumentare rapidamente la propria disponibilità economica (29%).



LE SCELTE DI INVESTIMENTO

Le donne italiane che investono prediligono soprattutto prodotti bancari: quasi due su cinque (38%) hanno optato per soluzioni come conti di risparmio o conti deposito. Al secondo posto si piazzano assicurazioni e polizze di investimento (34%), mentre sul gradino più basso del podio si fermano le criptovalute (30%). Quest'ultima asset class, nel dettaglio, sta riscuotendo particolare successo a livello internazionale: sono il prodotto più popolare tra le donne in Spagna e, a prescindere dall'area geografica, dalle donne europee di età compresa fra 18 e 24 anni. Considerevole (20%) anche l'adesione a fondi comuni di investimento, mentre poco appeal generano fra le investitrici le proprietà immobiliari (16%), ferme allo stesso livello di arte, arredo e oggetti da collezione (16%).

Graduatoria rivoluzionata fra le donne che ancora non investono. Le neofite del settore guardano infatti soprattutto alle proprietà immobiliari (29%), seguite da criptovalute (26%) e poi, solo al terzo posto, da assicurazioni (23%) e prodotti bancari (23%). Scarso anche l'interesse per fondi comuni di investimento (6%), mentre risultano, forse a sorpresa, particolarmente apprezzati arte, arredo e oggetti da collezione (19%), metalli preziosi (19%) e beni di lusso (16%).

GLI OSTACOLI DELLE DONNE

L'adesione alle soluzioni d'investimento fra le donne, come già accennato, resta tuttavia ancora limitata. Il freno principale è la mancanza di reddito: più della metà delle neofite in Italia (52%) affermano di non aver ancora investito per la scarsità dei fondi a disposizione, mentre il 42% delle donne investitrici riconducono alla stessa ragione la mancanza di ulteriori impieghi. Fra chi non investe pesano anche la scarsa conoscenza della materia (32%) e la poca fiducia nei prodotti offerti (15%).

Fra le donne italiane investitrici, invece, il secondo ostacolo è di natura contingente e riguarda la preoccupazione per la pandemia, nonché per le emergenze sanitarie che potrebbero avvenire nel prossimo futuro (33%). A breve distanza si ferma l'incertezza sulla propria stabilità finanziaria a lungo termine (29%), seguita da avversione al rischio (16%), mancanza di conoscenza (16%), scarsità di tempo (14%), mancanza di fiducia nelle soluzioni finanziarie (8%) e, più candidamente, mancanza di interesse (6%).

MISURE PER FAVORIRE L'INCLUSIONE

Nonostante tutti i progressi registrati negli ultimi decenni, l'indagine evidenzia che il 60% delle donne ritiene gli uomini ancora predominanti nel settore degli investimenti. Per invertire questa tendenza, il rapporto indica tre possibili misure di intervento.

La prima riguarda la trasparenza e consiglia semplicemente di parlare in maniera aperta di investimenti: le conversazioni possono infatti aiutare le donne ad acquisire fiducia in questo ambito. Il secondo passo, sempre nell'ambito della trasparenza, riguarda invece l'accesso alle informazioni e alle risorse: promuovere l'accesso alle risorse educative, specialmente quelle progettate per le donne, potrebbe aiutare l'universo femminile, secondo i curatori dell'indagine, ad affrontare le sfide di questo panorama e livellare il divario che ancora sussiste fra uomini e donne. In ultima analisi, è necessario riconoscere e affrontare le disuguaglianze di genere. Le difficoltà finanziarie delle donne, a cui solitamente è affidato anche il sostenimento dei figli e lo svolgimento delle attività domestiche, sono aumentate con la pandemia di coronavirus: affrontare questi ostacoli e contribuire a ridurre il divario salariale, stando alle conclusioni dell'indagine, può incoraggiare un numero maggiore di donne a investire in piena fiducia.

RICERCHE

Famiglie, guerra e crisi economica spaventano più del Covid-19

Termometro Italia, il monitoraggio di Innovation Team, analizza i dati relativi all'universo delle famiglie italiane (26 milioni) in funzione di area geografica, tipologia familiare e professione della principale fonte di reddito. Oggi il virus fa meno paura del caro-vita

Calano (di poco) i timori riferiti direttamente alla guerra in Ucraina, ma aumentano quelli che riguardano l'economia, e in particolar modo l'inflazione. Lo riporta *Termometro Italia*, indagine avviata nel marzo 2020 da **Innovation Team**, la società di ricerca del gruppo **Cerved**, per monitorare l'impatto del Covid-19 sul sentiment delle famiglie italiane, e che oggi prosegue per rilevare come queste famiglie stiano vivendo la ripresa (auspicata), l'inflazione, le tensioni internazionali e le prospettive future. L'indagine, periodicamente, analizza i dati relativi all'universo delle famiglie italiane (26 milioni) in funzione di area geografica, tipologia familiare e professione della principale fonte di reddito.

A un mese e mezzo dall'inizio dell'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, la pandemia sbiadisce nelle preoccupazioni degli italiani, sostituita dalla guerra. Si teme soprattutto per le ricadute economiche, anche se, fa notare *Innovation Team*, in quattro settimane i "molto allarmati" sono passati dal 69,6% al 43%. Non è diminuita, invece, l'apprensione per l'inflazione, che mette in ansia il 44,5% delle famiglie, mentre un altro 54% si dice "abbastanza preoccupato".

Le sanzioni alla Russia fanno male ma sono giuste

Le famiglie italiane si attendono dunque "un lungo periodo d'instabilità geopolitica, con ripercussioni importanti" sull'Italia. Per il 43,1% dei cittadini le sanzioni e le restrizioni al commercio con la Russia (valutate con favore dal 63%, nonostante le ripercussioni sull'Italia) porteranno un ulteriore aumento dei prezzi nei prossimi mesi. Il 62,5% crede di dover ridurre i consumi, mentre una famiglia su due (53,9%) prevede una diminuzione nell'uso dell'auto.

Il 78% degli intervistati ritiene che si debba aumentare la produzione italiana di gas per raggiungere l'indipendenza energetica e il 67,5% è favorevole alla riduzione delle importazioni da Russia e "Paesi inaffidabili", anche se ciò dovesse comportare sacrifici e razionamenti.

Per quanto riguarda le fonti di energia, prevale un'impostazione che si potrebbe definire di buon senso, giacché il 71,4% del campione pensa che la transizione verde debba essere gestita gradualmente, in modo da non bloccare lo sviluppo economico, ma senza alcun ritorno agli idrocarburi, puntando decisamente sulle fonti rinnovabili (66,5%).

Sfiducia anche a lungo termine

Le aspettative a medio e lungo termine non sono comunque delle migliori: otto famiglie su dieci prevedono che i prossimi mesi saranno "difficili"; una su quattro teme persino di dover rinunciare a bisogni primari. Due terzi degli intervistati si attendono un peggioramento della condizione economica, mentre il 23,5% teme per il proprio lavoro.

Anche sul fronte pandemico, benché sia passato in secondo piano, sembra esserci un peggioramento delle aspettative: è in calo la percentuale di ottimisti (36,4% contro il 50,7% di febbraio), cioè di coloro che si attendono un ritorno alla normalità entro la fine dell'anno. Tuttavia, solo il 15,7% delle famiglie si dice "veramente preoccupato" per il Covid-19.

"A causa dell'aumento dei prezzi, nell'ultimo trimestre la situazione economica è peggiorata per una famiglia su tre", ha commentato **Enea Dallaglio**, partner di *Innovation Team*. "Il caro-carburante – ha continuato – è oggi percepito in modo meno pesante rispetto a un mese fa, anche grazie agli interventi del Governo che ne hanno parzialmente mitigato gli effetti (ne risente in maniera grave o molto grave il 38,4%, contro il 47,6% di febbraio), ma per il 33,1% degli intervistati il caro-vita continua a impattare pesantemente sulle abitudini di acquisto: una famiglia su due compra meno, mentre un altro 20% ha messo in secondo piano la qualità".



Fabrizio Aurilia



Insurance Review

Strategie e innovazione
per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica
dinamica e immediata.
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su www.insurancereview.it
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

oppure scarica l'app Insurance Review



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Inviando un'email a abbonamenti@insuranceconnect.it

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo www.insurancetrade.it/abbonamenti
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 11 aprile di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577