



PRIMO PIANO

## È uscito Insurance Review #15

È in distribuzione il numero di giugno di Insurance Review, la rivista mensile dedicata al settore assicurativo e a tutto ciò che ruota intorno alla gestione del rischio. Per chi non fosse ancora abbonato, Review è disponibile tramite abbonamento, scrivendo ad abbonamenti@insuranceconnect.it, oppure accedendo alla pagina *Abbonamenti* di *Insurancetrade.it*, cliccando *qui*. Lo scorso numero di maggio era dedicato alla *protection*, con le voci di molti dei protagonisti, che in questi anni stanno cercando di far crescere un mercato che stenta. Giugno, invece, affronta il tema della *previdenza complementare*, altro comparto nel quale gli operatori sono profusi in sforzi importanti, senza ancora ottenere i ritorni sperati. Ma sono tanti i temi proposti all'interno della rivista: dalle ultime evoluzioni della giurisprudenza in fatto di danno non patrimoniale all'analisi del momento di forma dei due colossi italiani, Generali e UnipolSai. L'*Osservatorio* ospita un contributo del Cetif che guarda in avanti, a come sarà la gestione sinistri nei prossimi anni, mentre nel capitolo *Distribuzione* si parla dell'Oria, il nuovo organismo di controllo degli intermediari. Non mancano, ovviamente, interviste e approfondimenti, news e rubriche, con uno sguardo al marketing in chiave social.

PREVIDENZA

## Donne e finanza: ecco la ricetta del rilancio

**Le statistiche dicono che il gap di partecipazione tra donne e uomini in ambito finanziario si sta progressivamente chiudendo. Una buona notizia per la crescita di settori ancora in stand by come quello della previdenza complementare**

Il dato noto a tutti è che, nonostante un sistema pensionistico pubblico sempre meno sostenibile, la previdenza complementare in Italia fatica a decollare. Il dato, invece, meno noto, è che il rilancio di un welfare moderno e integrato potrebbe passare da una risorsa tradizionalmente trascurata nel nostro Paese, eppure sempre più attiva nella società: quella femminile. A dimostrarlo è un sondaggio, condotto da **Episteme** per **Axa**, dal titolo eloquente: *La percezione delle donne su rischio, protezione, assicurazione e i nuovi modelli di consumo e scelta finanziaria in Italia*. I numeri di Episteme evidenziano come, proprio sul tema previdenziale, tra le donne (più che tra gli uomini) sia diffusa la consapevolezza dei problemi legati alla *lunga vita*. La percentuale di donne, infatti, che ritiene una preoccupazione prioritaria quella di non poter godere di una pensione dignitosa è del 61,6%, contro il 40,6% degli uomini.

L'indagine Episteme, inoltre dimostra come, negli ultimi anni, l'educazione finanziaria femminile sia cresciuta sensibilmente. Aumenta, ad esempio, l'interesse verso la lettura delle pagine economiche e la stampa specialistica, così come maggiore è la percentuale di donne che si ritengono competenti in materia (passate dal 16% del 2008 al 36,2% del 2012). Non solo, ma in risposta alla persistente crisi economica, l'universo femminile mostra sempre più coraggio e un'accresciuta propensione al rischio: se nel 2008 solo il 43% delle donne sentiva di poter riuscire a mettersi in affari da sola, nel 2012 questa percentuale è salita al 60,4%.

### DONNE E SENSIBILITÀ FINANZIARIA

“Oggi si assiste a un progressivo e peculiare avvicinamento della donna al mondo finanziario, con crescenti autodeterminazione e autonomia delle scelte di protezione e investimento”, conferma **Isabella Falautano**, head of communication, corporate responsibility & public affairs di **Axa** in **Italia**. Un percorso femminile, quello messo a fuoco da Axa, che vede la donna passare da *oggetto di protezione* a soggetto attivo responsabile della protezione. Non è un caso, dunque, che in virtù della maggiore consapevolezza sulle prospettive di vita sempre più estesa: “Siano proprio le donne a mostrare un crescente interesse verso nuovi strumenti di protezione del tenore di vita futuro, come le polizze *Long term care* e i fondi pensione”.

### GLI OSTACOLI DA SUPERARE

Nel contesto italiano, tuttavia, non si può negare che la gestione del denaro continui a essere considerata un'attività molto più maschile che femminile: “Esistono ancora delle resistenze di tipo psicologico - sostiene Falautano - innanzitutto, legate alla persistente rappresentazione della finanza come territorio complicato, misterioso e altamente rischioso”. (continua a pag.2)



Isabella Falautano, Axa



**Seguici anche su  
Facebook alla  
pagina di  
Insurance Connect  
e su Twitter  
@insurancetrade**



*(continua da pag. 1)*

A ciò si affianca una percezione del mondo bancario e assicurativo inteso come ambito storicamente maschile, una sensibilità culturale errata che alimenta un senso di inadeguatezza di genere. Senza dimenticare, ovviamente, le difficoltà oggettive scontate quotidianamente dalle donne costrette a conciliare, ancora senza sufficienti supporti, vita professionale e familiare. In questo senso, secondo la manager di Axa, è necessario uno sforzo collettivo per la creazione di una rete welfare pubblico-privato al femminile, cui si aggiunga un modello di conciliazione vita-professione che preveda formule di lavoro flessibili. “Inventare nuove politiche per la genitorialità o promuovere l’educazione finanziaria delle donne – sottolinea Falautano – sono priorità strategiche per il mercato assicurativo”.

### I VANTAGGI DELLA FINANZA ROSA

Nella traiettoria di avvicinamento delle donne alle problematiche gestionali, per Isabella Falautano il punto cruciale è rappresentato da una “femminilizzazione delle aspettative nei confronti del settore”. Per raggiungere questo obiettivo, da una parte è necessario un aumento effettivo delle donne all’interno delle istituzioni finanziarie, dall’altra è auspicabile un’iniezione di valori simbolici femminili nell’ambito economico. Anche su questo punto, la ricerca condotta da Episteme per Axa ha evidenziato dei positivi passi in avanti: “Le aspettative nei confronti del mondo finanziario, sia di donne che di uomini, vanno concentrandosi sempre di più su valori caratteristici dell’universo femminile: trasparenza, correttezza, flessibilità, calore nella relazione, empatia”, spiega Falautano. Valorizzare la diversità di genere significa, dunque, sia rivolgersi alle donne come consumatori peculiari e come segmento di mercato, sia valorizzare il loro ruolo nella governance della struttura aziendale. “Anche perché le donne manager sono portatrici di una visione peculiare e complementare a quella maschile, che può consentire di cogliere sfumature diverse in segmenti di clientela emergenti – conclude Isabella Falautano -. Un’ulteriore sfida è il recupero di valori femminili nella comunicazione e nella relazione con il cliente: leggere al femminile una società che cambia è una sfida che noi per primi siamo chiamati a raccogliere”.



**Gregorio Romeo**

DA SEMPRE, NEL MONDO,  
SPECIALISTI IN RESPONSABILITÀ.



DUAL è specialista nelle assicurazioni contro i rischi di responsabilità civile.

- RC Professionali
- RC Patrimoniali Dipendenti Enti Pubblici
- D&O

DUAL Italia “La Migliore RC Professionale” per Milano Finanza Insurance & Previdenza Awards 2014.



**DUAL Italia S.p.a.**

Via Edmondo De Amicis, 51 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 72080597 - Fax +39 02 72080592  
reception@dualitalia.com - www.dualitalia.com





PRODOTTI

## Unipol Banca lancia Time deposit valore comune

L'offerta, sottoscrivibile fino al 31 luglio, prevede tassi dal 2,25% al 3% per somme vincolate a 18 mesi e interessi anticipati



**Unipol Banca** lancia una nuova offerta rivolta ai nuovi e agli attuali clienti che trasferiscono nella banca almeno 50 mila euro di nuova raccolta. *Time deposit valore comune*, questo il nome dell'offerta sottoscrivibile fino al 31 luglio di quest'anno, si propone di offrire "tassi di interesse particolarmente vantaggiosi", attraverso due tipologie di prodotto. La prima, *Time deposit 2,25%*, prevede l'applicazione del tasso di interesse indicato nel nome (il 2,25% lordo) sulle

somme vincolate per diciotto mesi, con un taglio minimo di 10 mila euro; scegliendo questa opzione, gli interessi vengono anticipati con cedola trimestrale invece che in un'unica soluzione alla scadenza dei diciotto mesi. La seconda tipologia di prodotto è *Time deposit 3%*: in questo caso, il tasso offerto è, come indicato nel nome, del 3% lordo sulle somme vincolate per diciotto mesi aventi un taglio minimo di 50 mila euro. Anche in questo caso gli interessi non vengono pagati alla scadenza dei 18 mesi in un'unica soluzione, ma anticipati con cedola mensile. Quest'offerta prevede la sottoscrizione, da parte del cliente, di un piano di accumulo di capitale (*pac*) in fondi comuni d'investimento collocati in Unipol Banca con rata mensile di almeno 100 euro.

Il tasso è applicabile per importi fino a un limite massimo equivalente al valore della nuova raccolta apportata e l'offerta è collocabile esclusivamente presso le filiali di Unipol Banca.

Ai nuovi clienti, la banca del gruppo Unipol offre il conto corrente *Valore Extra*, caratterizzato dal canone zero per due anni (anziché essere al costo di 10 euro mensili), con canoni gratuiti previsti per il bancomat, la carta di credito, l'*internet banking* e il *telepass*, così come i prelievi agli sportelli automatici in Italia e il servizio di custodia e amministrazione titoli.

**B.M.**

PSICOLOGIA

## Tecniche per non smarrire gli oggetti

Il terrore del nostro secolo è di ammalarci di Alzheimer.

Bastano alcuni segnali, quali per esempio la perdita delle chiavi, gli occhiali che non troviamo più, il portafoglio che eravamo certi di aver depositato sul nostro comodino o la nostra autovettura parcheggiata sotto casa, per gettarci nel panico più totale.

Questo avviene semplicemente perché il 75% degli esseri umani subisce una variazione del gene dei ricordi.

Assodato il fatto che non si tratta di un principio di Alzheimer, ma semplicemente qualcosa da ricondurre a una serie di fatti, proviamo a passarli in rassegna.

Il primo dipende dal processo di "non attivazione" della nostra memoria nel codificare un gesto banale, quale ad esempio posare le chiavi sul tavolo di cucina. Succede quindi che non attiviamo l'ippocampo che è deputato a scattare una immagine di quell'istante in cui compiamo il gesto e di depositarla in una serie di neuroni che saranno attivati al momento della necessità di ricordare.

Secondo fatto: nel compiere quel gesto possiamo trovarci in uno stato d'animo completamente differente da quello in cui ci troveremo al momento della ricerca, o peggio ancora lo facciamo in un momento, oggi poco raro, di *multitasking*.

Lasciamo le chiavi sul tavolo della cucina mentre siamo in preda a una crisi di fame, dovuta alla nostra dieta o stiamo animosamente parlando al cellulare di un problema che ci sta a cuore.

Al momento di ritrovare le chiavi la situazione è differente e quindi non riusciamo a ricostruire le mosse che ci hanno portati a lasciarle in cucina.

Bene, esistono alcuni suggerimenti che ci permetteranno di non farci assalire dal panico e quindi di permetterci di trovare le chiavi.

Mia nonna usava un metodo di chiesa e cioè prometteva 1.000 lire a Sant'Antonio. Ha quasi dilapidato un capitale.

Io suggerirei un metodo meno costoso e spesso più efficace.

Per prima cosa non precipitatevi nella ricerca. In uno stato ansiogeno non si riesce a razionalizzare i processi. Cercate invece di ricostruire lo stato d'animo dell'ultima volta in cui avete usato l'oggetto o ricompiete a ritroso il vostro percorso.

Per i più tecnologici, fate una fotografia con lo smartphone dell'ultima posizione di quegli oggetti che perdete più spesso.

**Leonardo Alberti,**

*trainer scuola di Palo Alto,*

*consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,*

*docente vendite e management*

**Insurance Daily**

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 13 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012



con il patrocinio di:



Regione Lombardia



Provincia di Milano



**ASSEPRIM**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI  
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



ANIA  
Associazione Nazionale  
fra le Imprese Assicuratrici



ANRA  
Associazione Nazionale dei Risk Manager  
e Responsabili Assicurazioni Aziendali



CINEAS  
PER UNA CULTURA DEL RISCHIO



UGARI®  
Unione dei Gruppi Assicuratori e Riassicuratori Italiani

## LE AZIENDE E IL RISCHIO

Minacce emergenti e soluzioni possibili

Milano, 17 giugno 2014 (9.00 - 16.30)  
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61

### PROGRAMMA

Chairman **Maria Rosa Alaggio**, *Direttore di Insurance Review e Insurance Magazine*

09.00 - 09.30 - **Registrazione**

09.30 - 11.00 - **TAVOLA ROTONDA: I rischi per le aziende italiane: conoscenza, prevenzione e capacità di gestione**

*Carlo Marietti Andreani, presidente Aiba;  
Adolfo Bertani, presidente Cineas;  
Renato Gazzola, consigliere Asseprim e presidente Sernet;  
Paolo Panarelli, direttore generale Consap;  
Paolo Rubini, presidente Anra;*

11.10 - 11.30 - **Coffee break**

11.30 - 11.50 - **Credito e pmi: dalla sofferenza alla sicurezza**

*Antonella Vona, direttore marketing e comunicazione Coface Italia*

11.50 - 12.10 - **Le responsabilità di manager e amministratori**

*Maurizio Ghiloso, amministratore delegato Dual Italia*

12.10 - 12.30 - **Calamità naturali: come gestire la crisi e prepararsi all'emergenza**

*Filippo Emanuelli, amministratore delegato Belfor Italia Srl*

12.30 - 13.00 - **Q&A**

13.00 - 14.00 - **Lunch**

14.00 - 15.00 - **TAVOLA ROTONDA: Rischi senza frontiere, dal rischio informatico al cyber crime**

*Cinzia Altomare, branch manager Gen Re  
Luca Bolognini, presidente Istituto Italiano Privacy, partner ICT Legal Consulting  
Umberto Rapetto, Generale (r) Guardia di Finanza - Cyber Security Advisor  
Marco Rossi, head of sales & marketing di Das Italia*

15.00 - 16.00 - **TAVOLA ROTONDA: Le priorità nella scelta della polizza assicurativa**

*Arnaldo Bergamasco, presidente Brokers Italiani  
Francesco Cincotti, vice presidente Ugari  
Alessandro De Felice, chief risk officer Prysmian Group  
Domenico Floro, head of business development & finance Erg Supply & Trading*

16.00 - 16.30 - **Q&A**



**Iscriviti su [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Scarica il programma completo**

main sponsor:



**BELFOR**

**BROKERS  
italiani**

**coface**



official sponsor:

