



## EDITORIALE

### La vita si allunga: panico o speranza?

Gli italiani sono, e lo saranno sempre di più, una popolazione particolarmente longeva, con un'aspettativa di vita che ci porterà a superare tranquillamente i novanta anni.

Una notizia che dovrebbe renderci felici. Se non fosse che "lunga vita" significa oggi, e soprattutto per gli anni a venire, un futuro fatto di incertezze e precarietà. Apprendere che la vita si allunga genera quindi preoccupazione e necessità di individuare con urgenza soluzioni che rendano la quotidianità più tranquilla e l'idea del futuro caratterizzata da serenità e non dal panico, introducendo nel nostro Paese formule che trasformino il nostro sistema di welfare - previdenza, salute e assistenza - in un meccanismo funzionante e sostenibile.

Si tratta di un problema con forti ripercussioni di carattere sociale, antropologico e scientifico ben note al sistema assicurativo, ma un po' meno al nostro Governo. Risulta allora necessario intervenire per tempo, anche se in questo momento si hanno altre priorità. Per questo occorre ragionare sull'evoluzione della speranza di vita, con analisi capaci di scendere nel dettaglio della nostra società attuale e futura. Perché solo partendo dalla conoscenza, da dati e informazioni messi a fattor comune dai diversi Enti, sarà possibile analizzare e prevedere come e quanto cambieremo. E intervenire così sul sistema con adeguati correttivi.

*Maria Rosa Alaggio, direttore Insurance Magazine e Insurance Trade  
alaggio@insuranceconnect.it*

## PREVIDENZA

### Aumenta la longevità e occorre "farci i conti"

Secondo rilevazioni attuariali recentemente presentate, da qui al 2040 la speranza di vita dei pensionati di 65 anni arriverà fino a 88 anni per gli uomini e 92 per le donne

Vivremo quattro anni in più. Basterà arrivare fino al 2040 (e percepire una pensione) per avere buone probabilità di "andarsene" a cavallo dei novant'anni, nella fattispecie a 88 anni per gli uomini e a 92 per le donne, contro il dato attuale che si ferma rispettivamente a 84 e 88 anni. Lo studio "La mortalità dei percettori di rendita in Italia", presentato in questi giorni a Roma dal Consiglio nazionale e dall'Ordine nazionale degli attuari, stabilisce fundamentalmente due cose, che i percettori di rendite vivono più a lungo della media generale della popolazione e che gli italiani si confermano uno dei popoli più longevi del pianeta.



La ricerca, destinata a diventare una pietra miliare per l'intero sistema previdenziale e assicurativo, ha analizzato quasi dieci milioni di posizioni, ossia più di tre quarti degli italiani dai 65 anni in su, per oltre 142 miliardi di euro di pensioni e rendite annue erogate.

#### I PERCETTORI DI RENDITE PENSIONISTICHE VIVONO PIU' A LUNGO

I dati Istat relativi al 2012 avevano già evidenziato che la speranza di vita alla nascita si era allungata a 79 anni per gli uomini e a 84,1 per le donne. Su questo trend si innestano ora le rilevazioni attuariali da cui emerge che negli ultimi 30 anni la speranza di vita a 65 anni dei percettori di rendite si è allungata mediamente dell'1% annuo, attestandosi nel 2009 a circa 84 anni per gli uomini e a circa 88 per le donne. Per quanto riguarda le previsioni sulla mortalità dei pensionati per il periodo 2010-2040, lo studio è stato condotto su diversi gruppi - in particolare dipendenti privati, lavoratori autonomi e il totale dei due - scelti in virtù della maggiore numerosità e della disponibilità e regolarità di dati storici. *(continua a p.2)*

#### NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

### Unipol, già sottoscritto l'aumento di Premafin

Dopo sette mesi di trattative nella serata di ieri il progetto **Grande Unipol** ha fatto un decisivo passo verso la sua effettiva concretizzazione. Ugf, sottoscrivendo l'aumento di capitale riservato di 400 milioni di euro, ha acquisito il controllo di **Premafin**, la holding della famiglia Ligresti, con una quota del capitale pari a circa l'81%. La compagnia bolognese ha sottoscritto e interamente liberato complessive 1.741.239.877 nuove azioni ordinarie di **Premafin**, aventi godimento regolare e gli stessi diritti di quelle già in circolazione, a un prezzo di 0,195 euro ciascuna, per un importo complessivo di 339.541.776,02 euro. Premafin e Finadin hanno quindi sottoscritto opzioni Fonsai per lo stesso importo.

L'ad di Unipol **Carlo Cimbri** si è detto pronto a far partire la vera sfida, quella di "cominciare a lavorare per l'interesse industriale delle aziende e non per cavilli burocratico-legali". L'obiettivo è arrivare alla fusione "entro fine anno", nonostante i tempi lunghi e le complessità della burocrazia inducano alla cautela.



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



Giampaolo Crenca, presidente del Consiglio nazionale attuari

(continua da p. 1) I diversi modelli di proiezione adottati, sia di tipo stocastico che deterministico, confermano l'incremento delle longevità dei percettori di rendite pensionistiche anche nel periodo di previsione, con valori che si mantengono più elevati rispetto alla popolazione generale e che si attestano appunto nel 2040 a circa 88 anni per gli uomini e a circa 92 per le donne.

Si tratta di cifre molto significative, non solo per le considerazioni di natura antropologica e medico-scientifica, ma anche e soprattutto sul piano politico e socio-economico. Una popolazione più longeva è infatti prima di tutto una popolazione più vecchia. Un'evidenza che impone riflessioni accurate e azioni incisive sia da parte delle istituzioni pubbliche che di quegli operatori privati come le assicurazioni che erogano servizi assistenziali e prodotti di protezione.

#### L'IMPORTANZA DI DISPORRE DI DATI AGGIORNATI E DIFFERENZIATI

La novità introdotta da quest'ultimo studio deriva anche dal fatto che, mentre fino ad oggi esistevano solo rilevazioni e previsioni sulla popolazione in generale, con un'unica distinzione tra maschi e femmine, ora invece viene analizzata e proposta l'evoluzione della speranza di vita nel periodo 1980-2009 differenziata per dipendenti pubblici e privati, lavoratori autonomi, medici, avvocati e lavoratori dello spettacolo e dello sport.

“Lo studio che la professione attuariale oggi mette a disposizione del Paese - ha rilevato il presidente del **Consiglio nazionale attuari Giampaolo Crenca** - ha una valenza scientifica, professionale e operativa dal momento che fornisce informazioni e dati preziosissimi sull'evoluzione della mortalità dei percettori di rendita in Italia, utili al Governo e agli operatori di mercato per le politiche e le scelte in campo previdenziale”.

Basti pensare alla riforma delle pensioni e all'introduzione del sistema contributivo, i requisiti per il pensionamento e i coefficienti di calcolo delle rendite sono determinati proprio in funzione dell'evoluzione della speranza di vita. Ugualmente sul fronte della previdenza complementare, destinata ad un notevole sviluppo nei prossimi anni, poter disporre di dati attendibili su base demografica è di fondamentale importanza e allo stesso modo consentirebbe a tutte le forme assicurative un netto miglioramento dei processi di risk management e di ottimizzazione di costi e prestazioni.

Per questi motivi gli attuari si sono detti disposti a portare avanti, con tutti gli enti interessati, questo tipo di studi e in particolare, ha aggiunto Crenca, “proponiamo che l'indagine venga sistematicamente e periodicamente aggiornata per diventare un avvenimento ricorrente nel settore previdenziale, riconosciuto dal Governo, allargandone ancora i partecipanti e coinvolgendo anche istituzioni quali la Ragioneria Generale dello Stato e l'Istat che già operano con ricerche e proiezioni nel più vasto settore delle previsioni demografiche della popolazione generale”.

Già a questa rilevazione hanno aderito enti e organizzazioni che operano in ambito previdenziale come **Ania, Assofondipensione, Assoprevidenza, Cassa forense, Enpals, Enpam, Inail, Inpdap e Inps**, fornendo dati e informazioni e anche partecipando attivamente attraverso propri collaboratori. Ai lavori hanno partecipato anche rappresentanti dell'Ordine degli attuari, e vi hanno assistito rappresentanti della **Covip** e dell'**Isvap**.

*Diana Pastarini*



PER RICEVERE OGNI GIORNO “INSURANCE DAILY”, IL PRIMO QUOTIDIANO  
DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO  
[WWW.INSURANCETRADE.IT](http://WWW.INSURANCETRADE.IT)

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



NORMATIVA

## Le recenti modifiche al Codice della Privacy

**Il codice della Privacy si aggiorna e tratta elementi di indagine personali legati alle navigazioni sul web, come ad esempio i "cookies"**

Con l'approvazione del decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 69, il legislatore, dopo le recenti novità introdotte con i decreti legge comunemente conosciuti come "Salva Italia" (d.l. 211/2011, convertito con modificazioni dalla legge n. 214/2011) e "Sviluppo" (d.l. 5/2012, convertito con modificazioni dalla legge n. 35/2012), ha ulteriormente modificato il **Codice della Privacy** (decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196).

Il **d.lgs. n. 69/2012** detta una serie di modifiche alla normativa nazionale in materia di protezione dei dati personali, in attuazione delle direttive 2009/136/CE, in materia di trattamento dei dati personali e tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche, e 2009/140/CE in materia di reti e servizi di comunicazione elettronica e del regolamento (CE) n. 2006/2004 sulla cooperazione tra le Autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa a tutela dei consumatori.

Tra le modifiche più importanti si evidenziano quelle agli **artt. 4** (definizioni), **32** (Obblighi relativi ai fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico), **122**. (Informazioni raccolte nei riguardi dell'abbonato o dell'utente) e **168** (sanzioni penali).

In particolare, la riformulazione dell'art. 122 del Codice della Privacy inerisce il tema dei cookies (in informatica i cookies http, più comunemente denominati Web cookies, tracking cookies o semplicemente cookies, sono stringhe di testo di piccola dimensione inviate da un server ad un Web client - di solito un browser - e poi rimandati indietro dal client al server - senza subire modifiche - ogni volta che il client accede allo stesso porzione dello stesso dominio - Fonte: Wikipedia), la cui archiviazione dovrà avvenire a seguito del consenso informato espresso dai soggetti interessati, fermo il divieto, al di là dei casi consentiti, dell'uso di una rete di comunicazione elettronica per accedere a informazioni archiviate nell'apparecchio terminale di un contraente o di un utente, per archiviare informazioni o per monitorare le operazioni dell'utente".

Totalmente nuovi sono, infine, gli **artt. 32 bis** (Adempimenti conseguenti ad una violazione di dati personali), **133 bis** (Procedure istituite dai fornitori) e **162 ter** (Sanzioni nei confronti di fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico).

*Avv. Andrea Maura  
andreamaura@yahoo.it*

PRODOTTI

## Più protezione per la "Tua Famiglia"

Solo il 30% degli oltre 24 mila capifamiglia italiani possiede un'adeguata copertura per la sua abitazione ed è assicurato contro il rischio di arrecare danni a terzi. Significa che la stragrande maggioranza ignora o sottovaluta i potenziali problemi, di natura legale ed economica, ai quali si deve far fronte qualora eventi di certo non frequenti, ma possibili capitano "proprio a noi".

Eppure, fa notare il responsabile marketing di **Tua Assicurazioni, Marco Paleari**, "capita sempre più di frequente di leggere di casi concreti che potrebbero essere definiti di scuola assicurativa, come il cane che fa cadere l'anziana signora, il bambino in bicicletta che al parco investe un passeggino cagionando danni al trasportato, l'adolescente che con i pattini investe il manager che cadendo si rompe una gamba, l'incendio dell'appartamento che danneggia anche le unità adiacenti e potrei continuare con altre decine di esempi".

Tua Assicurazioni, in risposta a questi bisogni di protezione, ancora poco avvertiti, ha deciso di implementare la sua polizza *Tua Famiglia* aggiungendo alcune garanzie e rendendo il prodotto più adattabile alle differenti esigenze di utenza. Ad esempio, per ogni tipologia di abitazione (appartamento, villetta a schiera, villa singola e biocasa) vengono proposte soluzioni con specifiche caratteristiche, così come per proprietari di abitazioni private, affittuari, e per chi ha già o deve accendere un mutuo. Tra le novità previste dalla nuova polizza, l'inclusione della tutela legale, e in particolare il supporto completo per difendersi contro lo stalking, e della protezione dei dati del cliente su internet. Inoltre, il potenziamento della garanzia assistenza che ora comprende la possibilità di usufruire dell'intervento di un tecnico in caso di guasto degli elettrodomestici il cui costo rimarrà a carico della compagnia. Infine, in continuità con la versione precedente, Tua Famiglia offre la copertura in caso di terremoto.

"Con la prima edizione della polizza abbiamo raggiunto i 20 mila clienti - ha commentato Paleari - con questo nuovo prodotto l'obiettivo è arrivare a gestire 50 mila coperture nei prossimi tre anni coinvolgendo in modo sempre più significativo il nostro target retail fatto di famiglie, professionisti e piccole imprese".

*D.P.*



## MARKETING & VENDITE

### La comprensione dei bisogni umani

La piramide di **Abraham Harold Maslow** (Brooklyn, 1° aprile 1908 – California, 8 giugno 1970 psicologo statunitense) spiega quali sono i bisogni umani. Le cinque categorie, diventate successivamente sei sottostanno alla regola che ogni bisogno di livello inferiore deve essere soddisfatto prima di poter passare a considerare quello successivo.

In realtà la regola non è proprio così rigida. Infatti i bisogni degli individui si modificano nel tempo o a seguito di fattori personali o esterni. Basterebbe pensare al sesto bisogno della scala, bisogno di trascendenza, (sono quei bisogni che poggiano su di una personale consapevolezza che si indirizza verso il "Superiore" e la ricerca di esperienze di vertice) per capire



come per esempio oggi gli abitanti di Baghdad abbiamo dei bisogni completamente diversi dai nostri e da quelli che avevano una volta.

Altra considerazione è quella che in realtà non accade solamente che una volta soddisfatto un bisogno si passi a quello di livello immediatamente superiore, ma anche il contrario. L'impossibilità di ambire a bisogni superiori costringe in qualche modo a rivolgersi a quelli più pressanti ed elementari.

E' proprio il bisogno che in realtà genera la motivazione portandoci a compiere una azione.

Facciamo un esempio:

- **Bisogno primario:** abbiamo sete
- **Stimolo esterno:** vediamo la pubblicità di una bevanda
- **Motivazione:** aumenta il desiderio di bere
- **Decisione:** entriamo nel primo bar che incontriamo

Tutto però deriva dalla soddisfazione del bisogno primario che attraverso uno stimolo esterno diventa più pressante ed alla fine genera in noi la motivazione per compiere l'azione di entrare nel bar.

Da tutto quanto sopra nasce il marketing. Oggi il marketing è sempre più orientato a soddisfare clienti potenziali che sono uniti dalle medesime tipologie di bisogni (target).

Chissà se Maslow si è accorto del casino che ha generato nella vendita che oggi sempre di più necessita del marketing?

*Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto, consulente di direzione strategica in ambito assicurativo, docente vendite e management*

## IN EDICOLA

### Lunedì 23 luglio il nuovo numero di Insurance Magazine allegato al Sole 24 Ore

Si parlerà di previdenza, protection, mercato dell'edilizia e tanto altro

Lunedì 23 luglio, dopo questo week end, in allegato al **Sole 24 Ore** esce il nuovo numero di **Insurance Magazine**, la rivista dedicata ai consumatori, alle aziende e ai professionisti. Le tematiche di questo mese ruotano attorno alla previdenza complementare,



alla protection, al mercato dell'edilizia. Quest'ultimo, che, compreso il vasto indotto, costituisce l'11% del pil nazionale, è particolarmente esposto ai rischi: considerate anche tutte le peculiarità del settore, chiamato a proteggersi prima dell'inizio dei lavori, durante e dopo, con coperture complesse e molto articolate.

Ma non mancano i temi legati all'attualità: le ricadute legislative del devastante terremoto in Emilia, un primo piano sulle compagnie dirette e uno spazio sui rischi professionali dei promotori finanziari.

Tutto questo raccontato con un linguaggio semplice e divulgativo, adatto ai lettori di un quotidiano economico e finanziario come il Sole 24 Ore, ma anche accessibile al cliente delle assicurazioni che vuole semplicemente capirci di più. In apertura, come sempre, tante news dedicate ai prodotti e alle iniziative delle compagnie e dei partner di Insurance Connect. E poi importanti interviste sulla gestione del rischio nelle grandi multinazionali e sulle prospettive del mercato assicurativo italiano ed europeo. Appuntamento quindi a lunedì in allegato al Sole 24 Ore, oltre che tutti i giorni con il sito [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) e il quotidiano Insurance Daily.