

Primo Piano

Le famiglie italiane vedono più rischi nel futuro.

Una ricerca Eumetra ha indagato l'evoluzione dei nuclei familiari dal 1990 a oggi e il loro rapporto con la società, i consumi e la sostenibilità ambientale ed economica: otto su dieci possiedono almeno una polizza.

Le famiglie italiane vedono più rischi rispetto a 30 anni fa e sono più preoccupate per il lavoro, la sicurezza e la sostenibilità ambientale ed economica. Questo cambiamento è stato rilevato dalla ricerca "Modern family: dal 1990 a oggi com'è cambiata la famiglia in 30 anni", condotta dall'Istituto di ricerca Eumetra MR. Rispetto a un trentennio fa, le famiglie italiane hanno la percezione che i rischi siano aumentati (per il 62%). In assoluto la perdita del lavoro o delle attuali fonti di reddito è l'aspetto che preoccupa maggiormente (63%), seguito dai furti condotti attraverso la tecnologia (61%) e dai reati quali furti, scippi, rapine e violenze (54%). Solo un terzo delle famiglie ritiene di sentirsi sereno per l'attuale situazione finanziaria e solo il 28% pensa (o spera) di migliorare il proprio stato economico nei prossimi 5/10 anni.

Tra le maggiori paure per il domani troviamo però la salute (62%), e sono le donne, in generale, quelle più preoccupate o, in ogni caso, meno fiduciose. Preoccupazioni, paure, ma anche necessità di protezione. Oggi quasi otto famiglie su dieci possiedono almeno una polizza. Un rapporto, quello con l'assicurazione, giudicato positivo da ben sette famiglie su dieci (solo il 3% è critico), che evidenzia come le Compagnie siano vissute sempre più come un "compagno di viaggio" in grado di proteggere se stessi e i propri cari. Interessante notare che il 36% degli intervistati ha sottoscritto, almeno una volta, una polizza attraverso i canali digital, segno che anche il mondo assicurativo si sta evolvendo.

Ma quali assicurazioni possiedono oggi i nuclei familiari? Oltre all'auto (87%), il 37% detiene una polizza sulla casa e il 25% sulla vita, ma c'è chi ha attivato un piano di risparmio (14%) o una polizza salute (14%). Per il futuro le migliori opportunità sembrano però essere nelle aree della salute e dei viaggi.

In materia di innovazione in campo assicurativo, gli intervistati desiderano principalmente sviluppi in termini di "comodità", con un servizio più rapido e veloce (35%) e un linguaggio chiaro e comprensibile (24%), "personalizzazione", con polizze realizzate sulle loro abitudini (32%), e "tecnologia", con soluzioni più accessibili (34%).

Per saperne di più
wallstreetitalia.com

Curiosità

Reputazione, quando l'offesa costa cara.

Secondo l'Osservatorio della giustizia civile di Milano l'onorabilità si misura in 10 tappe. Le fake news diffuse in rete fanno lievitare l'indennizzo. A carico di chi diffama in media 26mila euro di risarcimento.

La notorietà di chi diffama e il ruolo pubblico del diffamato fanno lievitare i risarcimenti a favore delle vittime e lo stesso capita in relazione alla maggiore risonanza mediatica delle offese; e i risarcimenti in caso di violazioni dell'onore individuale si collocano su una media di 26mila euro. Anche la reputazione delle persone deve essere prezzata nei tribunali: ci ha pensato l'Osservatorio della giustizia civile di Milano, nell'ultima edizione delle tabelle per il calcolo del risarcimento del danno da diffamazione a mezzo stampa e con altri mezzi di comunicazione di massa. La forbice dei risarcimenti va da mille euro per la lesione più lieve a un massimo indefinito per le lesioni di eccezionale gravità. Ma quanto vale l'onorabilità? Per soppesarla, secondo l'Osservatorio, servono 10 "tappe" per capire quali siano le conseguenze subite dall'aggredito non necessariamente sul piano professionale, ma anche sulla qualità della vita. Eccole di seguito.

Notorietà dell'aggressore: se il diffamante è persona famosa il prezzo della reputazione della vittima cresce.

Ruolo e riconoscibilità della vittima: conta la carica pubblica o il ruolo istituzionale o professionale ricoperto dal diffamato, nonché la sua riconoscibilità.

Condotta diffamatoria: l'offesa ha colpito la sfera personale o professionale? Sono state utilizzate espressioni ingiuriose, denigratorie o dequalificanti (possibile rilievo penale)?

Condotte reiterate: il danno è più alto, per esempio, se si sono orchestrate campagne stampa.

Modalità di stesura: pesa la collocazione dell'articolo e dei titoli e lo spazio che occupa la notizia diffamatoria. **Dolo:** Il responsabile potrebbe essere mosso da una particolare volontà di offendere. **Mezzo utilizzato:** alza l'asticella del risarcimento una maggiore diffusione del mezzo di comunicazione.

Risonanza mediatica: una fake news diffusa online o data a un'agenzia di stampa aumentano l'indennizzo.

Conseguenze: si esaminano le ricadute sull'attività professionale e in genere sulla vita del diffamato. **Fatti pregressi:** una reputazione già compromessa vale di meno, come il coinvolgimento in procedimento penale.

Per saperne di più
assinews.it

Numeri

Per otto ragazzi su 10 il digital è molto positivo.

Indagine BVA-Doxa per Visa: per i giovani la tecnologia si esprime in modo deciso in tutte le attività quotidiane ed è diventata rilevante anche nell'ambito dei pagamenti. Nel balance fra rischi e benefici, "vincono" le carte prepagate.

BVA-Doxa ha realizzato un'indagine per Visa, in collaborazione con FeduF, condotta su un campione di 500 ragazzi italiani tra i 18 e i 25 anni: obiettivo, indagare il ruolo della tecnologia e del digital nella vita dei ragazzi. Secondo l'indagine, per il 42% del campione il digital è presente in tutti gli ambiti della vita. Il digital assume un ruolo importante soprattutto nell'ambito dei pagamenti, a partire dalla gestione degli acquisti online, all'uso dell'app della propria banca fino ad utilizzare il proprio smartphone come strumento per effettuare i pagamenti: un po' meno della metà sono d'accordo nel constatare che il denaro contante non sparirà (42%) mentre l'altra metà è consapevole che i pagamenti dematerializzati hanno facilitato la vita (42%). L'indagine ha rivelato che l'88% utilizza carte per i pagamenti e il 47% possiede un conto corrente personale. Tra le carte più utilizzate troviamo la prepagata (60%), seguita dalla carta di debito (46%) e poi la carta di credito (33%). Per la gran parte delle carte in loro possesso è abilitata la modalità contactless (76%), solo il 10% non la usa perché non si fida, a fronte di un 51% che la usa sempre, ogni volta che può.

Nel complesso si può affermare che il 39% gestisce il proprio denaro attraverso i contanti, mentre il 60% attraverso forme dematerializzate di denaro (carte, app di pagamento). I contanti vengono preferiti per la maggior parte dei pagamenti sotto i 15 euro (circa il 75%), per gli scambi di denaro con gli amici (56%) e per le spese al bar/fast food (75%). Per pagare nei locali, ristoranti, pizzerie o anche per la spesa alimentare, si ricorre spesso all'utilizzo di carte. I giovani, infine, sono molto inclini agli acquisti online, scelti principalmente per convenienza: circa il 41% utilizza le carte prepagate per i propri acquisti online. Nel balance tra rischi e benefici, saldo largamente positivo per le carte prepagate, per le quali il 58% riconosce più benefici che rischi. Più critico il balance per la carte di credito e le app di pagamento da smartphone.

Per saperne di più

assinews.it

Lex

Ivass ha creato il Comitato per l'Etica

Il nuovo organismo vuole rendere più efficiente l'applicazione dei Codici etici e rendere pareri sui casi concreti. Per le segnalazioni, lo strumento del whistleblowing

L'Ivass ha costituito il Comitato per l'Etica con l'obiettivo di rendere più efficiente l'applicazione dei Codici etici. I codici sono ispirati ai seguenti principi: 1. preservare l'indipendenza e l'imparzialità della condotta di coloro che operano per l'Istituto; 2. evitare situazioni di conflitto d'interesse, anche successivamente alla cessazione del rapporto di lavoro o all'interruzione dell'incarico presso l'Ivass; 3. tutelare la riservatezza delle informazioni trattate.

Le segnalazioni verranno effettuate ai sensi dell'art. 54 bis del d.lgs. 165/2001 (whistleblowing) attraverso il Responsabile per la prevenzione della corruzione e la trasparenza. Il Comitato renderà anche pareri su casi concreti e si riunirà almeno una volta l'anno: per acquisire le informazioni potrà liberamente sentire gli interessati e qualsiasi altra persona che possa apportare elementi utili ai fini dell'istruttoria, informandone il Servizio Gestione risorse. Il Comitato potrà essere interpellato anche per conto di altri Servizi/Uffici e avvalersi del supporto diretto delle Strutture dell'Istituto. Alla presidenza c'è Cesare Mirabelli, presidente emerito della Corte Costituzionale. Gli altri due componenti sono Marco D'Alberti, ordinario di diritto amministrativo alla Sapienza, e Giusella Dolores Finocchiaro, ordinaria di diritto privato e diritto di Internet all'Università di Bologna. Il mandato dura cinque anni e non è rinnovabile. Il Comitato ha già avviato la sua attività.

Per saperne di più

simplybiz.eu