

## 2 pagine di notizie

IV trimestre 2007

Anno 2 – Numero 4

### I CONSUMATORI SI FIDANO DI BANCHE E ASSICURAZIONI

I consumatori europei hanno fiducia nel settore bancario e quelli italiani anche nel settore assicurativo, che si colloca al quinto posto, rispetto ad una media europea che vede le compagnie oltre alla ventesima posizione. E' quanto si legge nella ricerca Trusted Enterprise promossa da Unisys e condotta dal Ponemon Institute, su un campione di 3.669 consumatori interpellati su 30 diversi settori di mercato.

A livello europeo svetta il comparto farmaceutico, mentre i risultati cambiano notevolmente quando si passa al giudizio sullo Stato: in Italia i consumatori mettono all'ultimo posto il governo centrale, mentre in Svezia questo è al primo posto e precede anche il mondo bancario.

Particolarmente sentito in Inghilterra il tema della privacy, indicato dall'81% degli intervistati, contro il 55% degli italiani, il 40% dei belgi e il 35% di tedeschi. Anche il rispetto delle normative, ritenuto essenziale dall'89% dei britannici, è meno sentito in Italia, dove è ritenuto indispensabile per avere fiducia di un'azienda solo dal 31% dei consumatori.

fonte: Assicura7

### Gli assicuratori europei continuano a non dare preoccupazione agli analisti

Siamo lieti che l'industria assicurativa resti tutt'ora nell'ambito di quei settori che, dalle crisi del mercato immobiliare e del credito, sembrano essere toccati solo marginalmente, e solo in virtù dei pochi investimenti compiuti in prodotti strutturati. Già in queste pagine commentavamo il fatto che solo pochi assicuratori avevano limitate esposizioni verso i *subprime*.

Ciò che, però, è oggetto del presente scritto è relativo non tanto alla stabilità delle compagnie di assicurazione bensì alla ripercussione che avrà una restrizione del mercato del credito sul mercato assicurativo. In alcuni casi, per coperture altamente specialistiche e con maggiori livello di rischio, stiamo già assistendo ad un irrigidimento dei tassi con particolare tendenza a spostarsi verso l'alto.

Se effettivamente vi sarà una sensibile restrizione dell'offerta di capitale e il suo costo dovesse aumentare è lecito attendersi uno spostamento verso l'alto del costo della copertura assicurativa in generale. Come spesso accade in questi casi, esposti a questa possibilità saranno soltanto i grandi rischi, che comportano ingenti esposizioni delle compagnie e maggiore fabbisogno di capitale a loro copertura. Quello che di sicuro si può escludere è il comportamento irrazionale e, in certi casi, nevrotico degli operatori del mercato che è seguito all'attentato al World Trade Center; oggi non siamo in presenza di shock dell'offerta e non siamo di fronte ad un grande rischio catastrofe, probabilmente vi sarà una lenta e graduale ascesa dei tassi che continuerà fintanto che il colpo non verrà riassorbito. Per coloro che vedranno apprezzarsi in maniera eccessiva il costo della propria copertura la franchigia tornerà ad essere un formidabile strumento per gestire questa fase di ciclo del mercato, sempre che, naturalmente la frequenza dei propri sinistri lo giustifichi. In caso contrario sarà bene che prevenzione e mitigazione dei rischi divengano le parole d'ordine per i prossimi investimenti.

La newsletter di Schinasi ha lo scopo di fornire a manager ed amministratori di società una rapida panoramica delle principali novità in ambito assicurativo, riportando anche notizie apparse su altre fonti di informazione. Schinasi pertanto non si assume la responsabilità per errori, omissioni o inesattezze eventualmente contenute nel presente lavoro.

### Solo il 4% delle imprese del terziario percepisce un miglioramento nella lotta alla criminalità

Mentre invece il 37% ritiene che il livello di sicurezza sia peggiorato negli ultimi 2-3 anni. È quanto emerge da un'indagine GFK-Eurisko presentata a Palermo nella quale le aziende dichiarano le proprie richieste: certezza della pena (53%) e maggiore presidio del territorio (50%). Circa le misure di protezione adottate, spiccano assicurazioni, vigilanza privata e telecamere come le forme maggiormente utilizzate, specialmente in Campania, Puglia, Sicilia e Lombardia. Tra le regioni che si sono attivate di meno Sardegna, Piemonte, Valle d'Aosta, Abruzzo e Molise.

## Siti e blog a rischio con la nuova legge sull'editoria

In data 12 Ottobre 2007 il Governo ha formalmente approvato un disegno di legge che, oltre a mettere seriamente a rischio la libertà di espressione di pensiero e di idee sul web, rischia di intrappolare ogni forma di pubblicazione all'interno di complicati meccanismi burocratici, appesantiti inoltre da registrazioni, iscrizioni e tasse. Secondo il disegno di legge, tutti i soggetti che esercitano l'attività editoriale sono tenuti all'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione (ROC). Sin qui nulla di male. Ma soffermandosi più attentamente sulla lettura della normativa proposta dal Governo, l'occhio cade sulla definizione di "prodotto editoriale", oggetto della regolamentazione proposta. Il combinato disposto degli artt. 1 e 5 fornisce infatti una definizione di "prodotto editoriale" che include qualsiasi prodotto contraddistinto da finalità di informazione, di formazione, di divulgazione, di intrattenimento, che sia destinato alla pubblicazione, a prescindere dalla forma nella quale esso sia realizzato ed il mezzo attraverso cui venga diffuso. E, per fugare ogni speranza, aggiunge, inoltre, che l'esercizio dell'attività editoriale possa essere svolto anche in forma non imprenditoriale e per finalità non lucrative. In pratica: l'esatta descrizione del blog. Il blog, infatti, ha finalità informative, divulgative, o di intrattenimento ed ovviamente non ha scopo di lucro.

La registrazione al ROC prevede una procedura lunga e dispendiosa, di certo lontana dai canoni di immediatezza e semplicità che solo il mezzo-internet è riuscito a dare alla società. Chiunque, anche senza essere dotato della minima competenza tecnica può realizzare un blog, e fornire il proprio piccolo contributo all'informazione globale. La ratio dell'iscrizione al ROC ci viene fornita dall'art. 7 del disegno di legge, che espressamente stabilisce che la suddetta registrazione rileva anche "ai fini dell'applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa". Tradotto: è necessario individuare i responsabili per eventuali diffamazioni e tali soggetti verranno individuati nei titolari del prodotto editoriale così come registrato al ROC.

fonte: Filodiritto.it

### TOWERS PERRIN: AUMENTA LA PARTECIPAZIONE A SOLVENCY II, MA RESTANO NODI IRRISOLTI

Il numero di partecipanti al terzo Quantitative Impact Study è raddoppiato rispetto al QIS 2, in Italia addirittura più che quintuplicata, con oltre 70 partecipanti. Questi hanno espresso la necessità di perfezionare alcuni aspetti del calcolo dei requisiti di capitale.

In particolare sono emerse perplessità sulla calibrazione (specialmente per le compagnie danni dove i requisiti di capitale sono ritenuti troppo elevati), la necessità di ulteriore lavoro sulle modalità di calcolo dei requisiti di capitale e la preoccupazione per le compagnie più piccole, che potrebbero trovare difficili e costosi i calcoli da implementare.

Infine sono state segnalate possibili incoerenze nel calcolo del Minimum Capital Requirement e l'esigenza di maggiori indicazioni da parte delle autorità di vigilanza.

fonte: Assicura7

### UAMI: L'URLO DI TARZAN STA PER DIVENTARE MARCHIO COMUNITARIO

Gli eredi dello scrittore Edgar Rice Burroughs hanno vinto la lunga battaglia per ottenere la registrazione come marchio comunitario del celebre urlo di Tarzan.

Lo scopo è ovviamente quello di ottenere un diritto esclusivo sul celebre urlo spesso utilizzato nei videogiochi e nelle suonerie per cellulari.

Dal 2004 ad oggi l'UAMI Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) aveva rigettato le domande di registrazione via via depositate per mancanza del requisito della riproducibilità grafica del segno (uno dei due requisiti legali fondamentali, insieme alla capacità distintiva, perché si possa parlare di marchio).

Le domande in questione riproducevano infatti il marchio sonoro in questione mediante la rappresentazione grafica dell'onda sonora prodotta dall'urlo e lo spettrogramma, che descrive graficamente l'intensità di un suono in funzione del tempo e della frequenza. Con decisione del 27 settembre 2007 la Commissione dei Ricorsi ha rigettato la domanda per difetto di sufficiente rappresentazione grafica.

Una terza domanda di marchio, depositata nel Maggio 2006, che ha utilizzato il sistema e-filing mediante l'allegazione alla domanda di file MP3 è stata accettata e pubblicata. Ciò è stato possibile grazie all'intervenuta modifica della normativa UAMI che dal 2005 permette all'ufficio di ricevere domande di marchi sonori con allegati file MP3.

Vi è da registrare un crescente interesse del mercato verso i marchi sonori ed in generale verso i c.d. marchi atipici (marchi olfattivi, di colore e di forma). Negli ultimi dieci anni l'UAMI ha registrato circa 40 marchi sonori.

fonte: Filodiritto.it

#### Schinasi Insurance Brokers

##### Milano

Via Francesco Ferrucci, 8  
I - 20145 Milano  
T 02.33.64.061  
F 02.33.60.14.65  
E info@schinasi.it

##### Roma

Via Ennio Quirino Visconti, 20  
I - 00193 Roma  
T 06.32.65.11.67  
F 06.32.00.26.8  
E roma@schinasi.it

##### Bolzano

Pillhof 25  
I - 39010 Frangarto/Appiano  
T 0471 63.10.01  
F 0471 63.10.22  
E bz@schinasi.it

REDAZIONE: FEDERICO OELKER