

## I RISCHI E IL MANTRA DELLA CULTURA

*Chi si ritiene lontano dai rischi, è solo perché non se ne è accorto. Pensiamo innanzitutto al cyber crime. Secondo l'ultimo rapporto Clusit, i crimini informatici nel 2015 sono stati i più numerosi, e i più gravi, degli ultimi cinque anni: 1.012 contro gli 873 del 2014. Dirompente è stata la diffusione dei ransomware e dei crypto-ransomware, con successiva richiesta di riscatto per riottenere l'accesso alle informazioni, così come devastante è stata l'attività di espionage e di aggressioni alle infrastrutture critiche.*

*Considerando che le aziende tendono, per ovvie ragioni, a non diffondere notizie sugli attacchi subiti in questo ambito, è ragionevole pensare che il numero dei sinistri reali sia ben più alto.*

*Nel corso del nostro convegno Le aziende tra rischi e sinistri, organizzato lo scorso giugno a Milano, il cyber crime è stato uno dei temi su cui più si è dibattuto: la conclusione è stata che molto ancora deve essere fatto, dalle compagnie, dagli intermediari, e all'interno del mondo imprenditoriale, per riuscire a dare risposte efficaci contro questo rischio.*

*Ma i fronti di attenzione che coinvolgono le aziende sono sempre più numerosi e complessi: le paure di grandi e piccole imprese spaziano dal rischio reputazionale a tutte le esposizioni che provengono dalla filiera produttiva e distributiva. Per non parlare degli effetti, imprevedibili, delle catastrofi naturali e delle problematiche legate all'ambiente.*

*Gli interventi legislativi, le discipline che regolano i diversi settori di attività delle aziende, i diversi regimi in vigore a livello locale per le realtà attive all'estero, nonché gli obblighi e le responsabilità che interessano dirigenti e amministratori, rendono il quadro estremamente complicato.*

*Uno scenario che offre al mondo assicurativo spazi di penetrazione molto vasti, trasversali tra grandi e piccole aziende, tra settori merceologici e tipologie di coperture possibili.*

*La sottoassicurazione delle aziende, soprattutto per quanto riguarda le Pmi, è da sempre motivata con la richiesta di spendere poco per la polizza assicurativa, e con il mantra della mancanza di cultura.*

*Anche se sull'importanza del prezzo della polizza si potrebbero aprire molti dibattiti, una conferma arriva dalla voce degli imprenditori, di risk manager e di alcuni rappresentanti degli intermediari presenti al convegno: quando il rischio viene percepito, si affrontano anche costi più elevati per le coperture assicurative.*

*Resta allora da chiedersi se, in fase di sottoscrizione della polizza, non sia più facile per gli intermediari "portare a casa" un risultato al prezzo più accessibile per l'azienda, piuttosto che mettere in campo un po' di coraggio in più, dimostrando al proprio interlocutore, con competenze specifiche e capacità consulenziali, la necessità di un diverso approccio al rischio e alla relativa sicurezza dell'impresa.*

*Certo, l'offerta è spesso carente o addirittura mancante proprio laddove le esigenze sarebbero più stringenti. Il che significa, almeno dal punto di vista delle compagnie, che insufficienti sono anche le statistiche e i dati necessari per coprire adeguatamente il rischio. Se da un lato il valore delle informazioni diventa sempre più rilevante, dall'altro, come sottolineano gli intermediari, sarebbe necessario un po' di coraggio in più anche da parte delle compagnie.*

*Le testimonianze di alcune aziende al convegno, infine, hanno evidenziato fino a che punto l'assicurazione sia diventata, nel momento del sinistro, la "controparte".*

*Ridurre il più possibile questo effetto dovrebbe essere un obiettivo comune, per le compagnie, per gli intermediari, per le aziende, per i periti e anche per i risanatori. Ecco perché la proposta conclusiva è riuscire a creare un legame più stretto tra la fase di sottoscrizione della polizza e la gestione del sinistro, prevedendo un dialogo più costruttivo tra le parti. In cui al centro venga posta l'azienda, con i suoi rischi e le soluzioni che il settore assicurativo può e deve offrire.*



**Maria Rosa Alaggio**  
alaggio@insuranceconnect.it