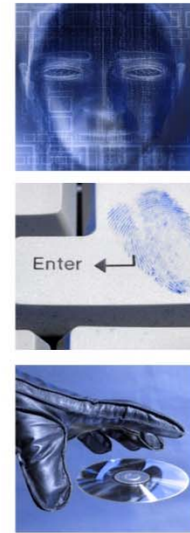


CrimeProtector Copertura Crime





Un prodotto unico con un sistema di quotazione e vendita completamente rinnovato per le aziende del segmento “middle market”


Il fenomeno CRIME in Italia

Risultati tratti da "Economic crime: people, culture & controls – The 4° biennial Global Economic Crime Survey" a cura di PricewaterhouseCoopers



In Italia nel biennio 2005-2007 si è registrato un  incremento del 40% del fenomeno "frodi" in contro tendenza rispetto al resto d'Europa dove sono stabili o in diminuzione.

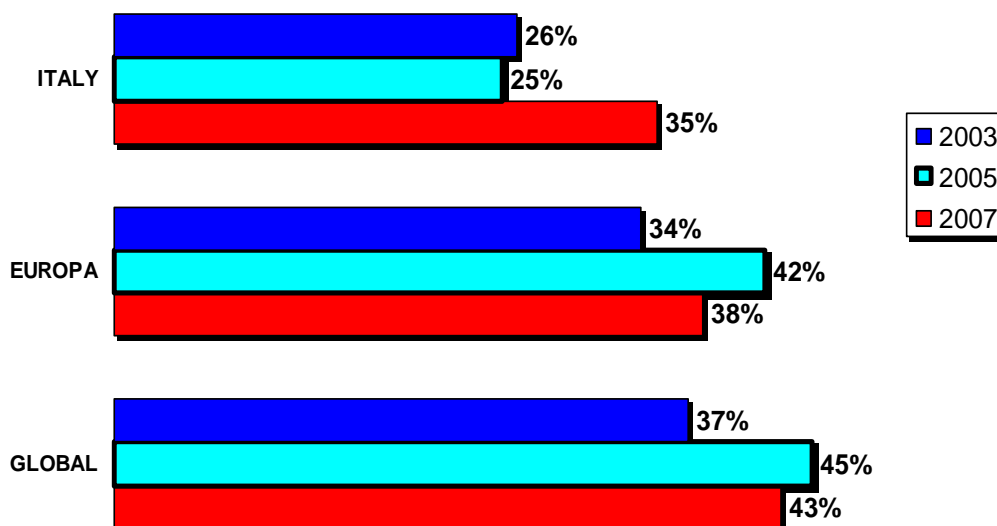
 Più del 35% delle aziende italiane ha riscontrato negli ultimi due anni almeno un caso di frode ed il 24% delle aziende dichiara di aver subito almeno un caso di frode "grave" .

 I danni subiti ed in particolare le perdite dirette sono aumentate di circa il 40% rispetto al 2005 ed in media sono più rilevanti rispetto agli altri Paesi presi in esame dalla Survey di PWC.

Eppure la diffusione delle frodi dimostra...



**TREND
CRESCENTE
IN ITALIA**



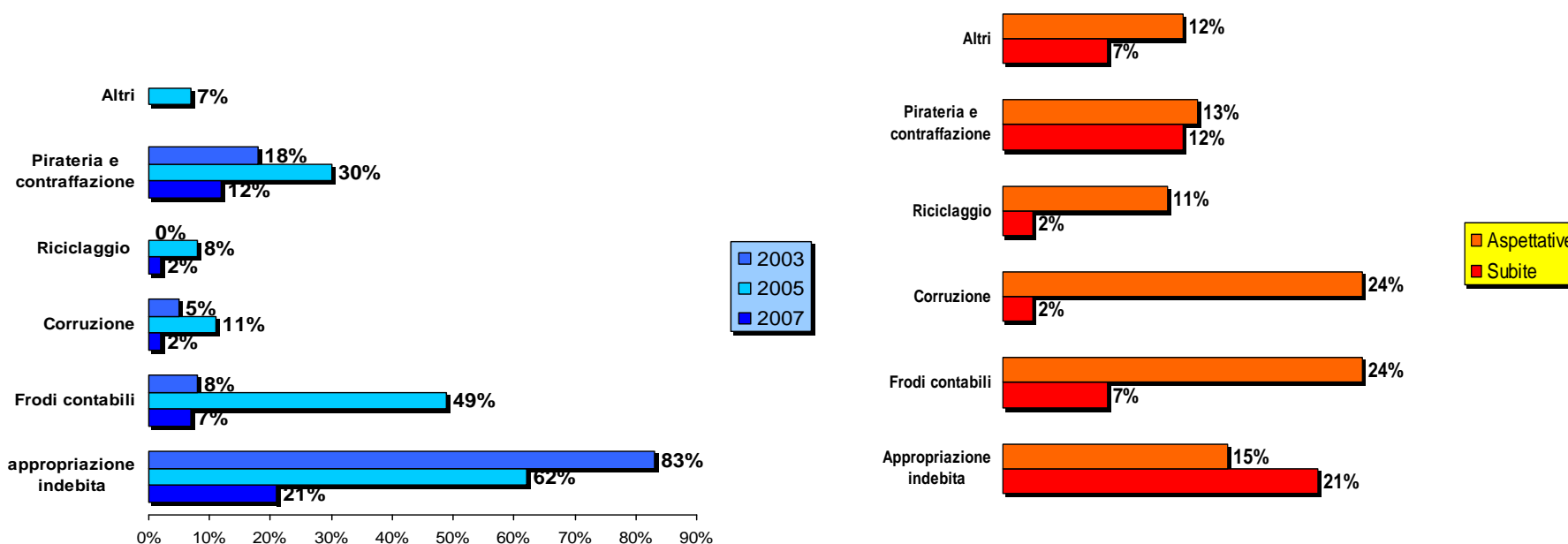
**LE FRODI SI
CONFERMANO UNA
CRITICITA' A LIVELLO
MONDIALE**

**....la NECESSITA' DI ALZARE LA
SOGLIA DI ATTENZIONE!**

Fonte: PricewaterhouseCoopers



Tipologia frodi subite e confronto tra percezione della diffusione e frodi effettivamente subite



L'ANALISI DEI DATI EVIDENZIA LA PROFONDA DISCREPANZA TRA LA PERCEZIONE DEL FENOMENO "CRIME" E L'EFFETTIVA DIFFUSIONE DELLO STESSO

Fonte: PricewaterhouseCoopers

Chi froda....

- **Dipendenti**

Il 42% di chi commette una frode appartiene alla categoria degli impiegati

- **Management**

Il 49% delle frodi è commessa dai dipendenti

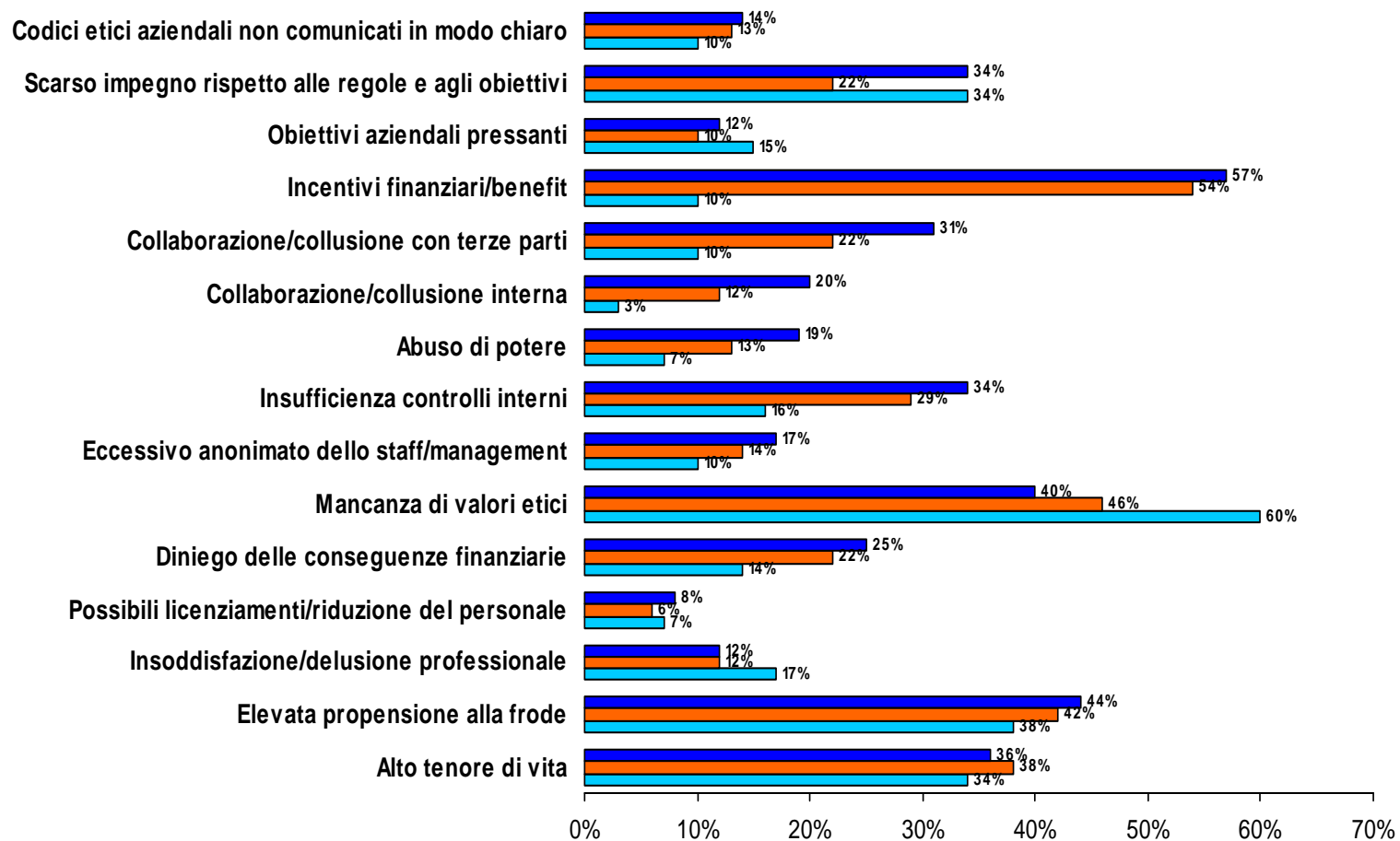
- **Terzi parti**

Il 15% dei casi ha visto coinvolto il Top management

Fonte: PricewaterhouseCoopers



... e perchè?



Fonte: PricewaterhouseCoopers

Quanto costano le frodi alle aziende italiane?



Perdite finanziarie ed economiche dirette (media in USD) 4.393.419

Costi di gestione (media in USD) di 90.112

Hanno subito danni collaterali rilevanti:

- Tempo dedicato alla gestione del problema 55%
- Tempi e costi per controversie legali 29%
- Sorveglianza più stringente da parte delle Autorità di controllo 18%
- Danni reputazionali 15%
- Perdita di motivazione del personale 13%

OLTRE ALLA DIMINUZIONE DEL PREZZO DELLE AZIONI

Fonte: PricewaterhouseCoopers

I MERCATI EMERGENTI




Le aziende italiane che operano nei mercati emergenti (c.d. paesi E7: Brasile, Cina, India, Indonesia, Messico, Russia e Turchia) dichiarano perdite medie per frodi

pari a più del doppio

di quelle delle società non operanti su questi mercati

Fonte: PricewaterhouseCoopers



Solo il 53% delle aziende ritiene di avere a disposizione sistemi di protezione adeguati.

Braun Research, Inc per conto di IBM, 2006.

...e ciò nonostante

In Italia, nonostante l'incremento del numero di casi di frode rispetto al passato, più del 23% delle aziende dichiara di non avere pianificato azioni specifiche per gestire tale criticità.

...e inoltre:

“quanto più piccolo, tanto più rischioso!”

Le aziende del segmento “middle market” sono ancora più a rischio.

In realtà molti hackers vedono le aziende più piccole come i target migliori, proprio perchè hanno meno risorse e fondi per dotarsi della migliore sicurezza informatica disponibile.

Fonte: PricewaterhouseCoopers

LA SOLUZIONE AIG ?



CrimeProtector
Copertura Crime

Ecco perché sceglierla:

La crescente fiducia nell'Information Technology gioca a favore dei criminali, e aumenta il rischio di cyber crime.

Le statistiche confermano che oggi la maggior parte delle frodi, sia che si tratti di attacchi di hackers terzi o di furto perpetrato da dipendenti, coinvolge l'uso dei computer e dei sistemi di comunicazione (Internet).

Attacchi di hackers, virus, malware, spam, infedeltà dei dipendenti sono in costante aumento e minacciano l'integrità delle banche dati e degli archivi.

I sistemi informatici, nonostante alcuni progressi sono e restano una porta aperta sul cuore di ogni azienda.

ALG comprende il bisogno di protezione delle aziende



Crime protector: un nuovo approccio al crimine



...più facile ... immediato

Alle obiezioni dei clienti... CrimeProtector risponde:

- “Tutti i nostri dipendenti sono onesti”
 - “Il questionario è troppo lungo e complicato”
 - “Le franchigie sono troppo elevate”
- Obiettivo puntato sulla protezione dalle minacce esterne
 - Modulo di accettazione di una sola pagina
 - Franchigia minima di € 5.000,00

Crime protector: ...



A.1 Computer virus/perdita di cespiti informatici:
Perdita, Appropriazione indebita e Furto di Dati informatici e/o Capacità elettronica, Fondo per la gestione della crisi d'immagine, Costi di ricostruzione software)

A.2 Perdita da interruzione dell'attività verificata nel periodo di recupero

Garanzia A
Criminalità informatica
(Cyber Crime)

Garanzia D
Danni da attività parallela

CI
FACCIAMO
IN 4

Garanzia B
Infedeltà
OPZIONALE

Danni causati da terzi o da dipendenti (anche in collusione con un terzo).

Garanzia C
Frode Informatica/
Trasferimento fondi

Altre garanzie

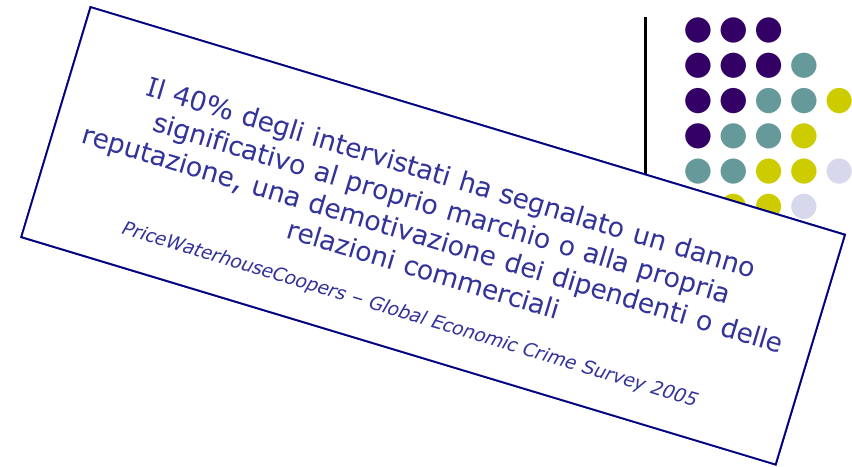
Danno, distruzione o sparizione di denaro o titoli
Nuove società controllate
Fondo di emergenza

Value Added Services

Specialisti Investigativi

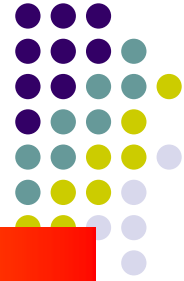
L'Assicurato ha la possibilità di chiamare uno “Specialista Investigativo” che studi il danno, presenti una relazione e proponga misure per mitigare o evitare in futuro danni analoghi.

Il costo dell'investigazione può raggiungere il 100% del danno in casi complessi ma di entità limitata.



Fondo per la gestione di Crisi di Immagine

Compensi corrisposti a specialisti di comunicazione o di public relations per evitare una crisi pubblica e “turmoil” interno in conseguenza di un atto rientrante in garanzia, così come costi sostenuti per informare i clienti, i fornitori, i collaboratori esterni, i rivenditori e/o i distributori dell'Assicurato.



Criteri di accettazione

- 1 Fatturato fino ad un massimo di €300M
- 2 Sedi e dipendenti localizzati in UE, Norvegia, Svizzera
- 3 Danni da infedeltà non superiori a €50.000 negli ultimi 3 anni

Risk Profile

Attività escluse

- Istituzioni finanziarie o servizi finanziari (assicurabili con polizza BBB)
- Case d'asta, sale corse, casinò
- Gioiellerie inclusa manifattura, vendita al dettaglio e distribuzione
- "Security Printers"
- Agenzie di viaggi e biglietterie
- Servizi di trasporto valori
- Cambiavalute
- Hotel
- Internet providers e Application Service Providers
- Società di telecomunicazioni
- Utilities

ESCLUSIONI:

- Danni indiretti, non patrimoniali e consequenziali
- Danni da negoziazione di titoli e strumenti finanziari
- Rischi sui crediti
- Componenti degli organi di gestione o di controllo/soci
- Estorsione, rapimento e riscatto
- Onorari, costi e spese
- Multe e sanzioni
- Incendio, lesioni corporali e danni a cose
- Danno subito successivamente alla scoperta
- Danno da responsabilità contrattuale
- Danno da attività escluse
- Danni materiali
- Danni da errori di programmazione
- Danni da mancato back-up
- Azionista rilevante
- Danni ai locali
- Scoperta precedente o successiva del danno
- Determinazione dei profitti, delle perdite o dell'inventario
- Diritti di proprietà intellettuale
- Radioattività e sostanze nucleari
- Azioni delittuose con uso della forza o della violenza
- Scambio o acquisto volontario
- Guerra e terrorismo





Un sano approccio al rischio dimostrato dal rispetto dei seguenti “Sound Business Principles”

- Una verifica della documentazione di supporto viene effettuata prima dell'autorizzazione all'emissione di assegni o di disposizioni di pagamento da una persona differente da chi emette l'assegno o la disposizione di pagamento.
- E' necessaria l'apposizione di due firme su tutti gli assegni e le istruzioni di pagamento eccedenti l'importo di EUR 5.000,00
- Le riconciliazioni mensili vengono effettuate su tutti i conti correnti da una persona differente da chi si occupa dalla preparazione e dall'autorizzazione dei pagamenti.

- Almeno le seguenti procedure di sicurezza informatica sono attive:
 - Tutti i programmi informatici critici sono protetti da passwords personali la cui modifica è forzata dal sistema almeno ogni 90 giorni;
 - Le reti sono protette da firewall e antivirus con nuove firme aggiornate quotidianamente;
 - I back-ups dei dati vengono effettuati e copiati, salvati ed archiviati in sede separata almeno settimanalmente.
- Almeno una volta ogni dodici mesi il magazzino viene verificato da una persona differente dal responsabile della ordinaria gestione del magazzino o degli ordini.

Signed by CEO, CFO or equivalent - knowledgeable of Sound Business Principles

Underwriting Process

1 Selezione del cliente sulla base del Profilo di Rischio

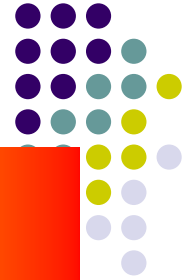
2 Indicazione non vincolante fino ad un massimo di €2M di di massimale

3 Ricezione e verifica della scheda di accettazione Firmata e Datata

4 Emissione del contratto

A cura del
Broker

A cura di AIG





E se...?

...viene richiesto un massimale superiore a €2M

...il cliente non rientra nei criteri di accettazione

**AIG
TAILOR MADE**

- ✦ Istituzioni finanziarie o servizi finanziari
- ✦ Case d'asta, sale corse, casinò
- ✦ Gioiellerie inclusa manifattura, vendita al dettaglio e distribuzione "Security Printers"
- ✦ Agenzie di viaggi e biglietterie
- ✦ Servizi di trasporto valori
- ✦ Cambiavalute
- ✦ Hotel
- ✦ Internet providers e Application Service
- ✦ Providers
- ✦ Società di telecomunicazioni
- ✦ Utilities

Strumenti e materiale di marketing a Vostra disposizione



- **Scheda prodotto** – riassume la proposta
- **Brochure** – evidenzia i cinque migliori motivi per l'acquisto
- **“Broker Instructions” e Griglia Premi** – i Vostri strumenti per indicare termini e condizioni
- **“Case studies”** – una selezione di esempi di sinistri

CrimeProtector – una rivoluzione?



- **Semplice** – il broker gestisce il processo assuntivo seguendo le istruzioni di AIG ed è in grado di fornire termini e condizioni senza consultare AIG.
- **Esteso** – NUOVE garanzie proteggono i clienti dalle minacce esterne e dalle relative conseguenze in un ambiente dominato dall'informatica.
- **Flessibile** – i clienti selezionano la copertura sulla base delle proprie necessità – l'infedeltà “classica” è opzionale.
- **Competitivo** – i premi e le franchigie sono adattati alla dimensione ed ai budget del cliente.