

PRIMO PIANO

Lloyd's tra Brexit e India

I Lloyd's si preparano ad affrontare le conseguenze della Brexit, adattando le proprie strategie e guardando anche a nuovi mercati oltre l'Unione Europea. Ecco perché, tra le mosse più recenti, gli assicuratori con base nella City londinese hanno siglato un accordo per aprire una filiale che si occuperà di riassicurazione in India. La mossa si concretizzerà entro aprile, in tempo quindi per il periodo dei principali rinnovi dei contratti di riassicurazione.

“Questo – ha detto John Nelson, chairman degli assicuratori londinesi – è un momento di svolta nella strategia internazionale di Lloyd's. Ora abbiamo cementato la nostra presenza nelle più grandi economie in rapida crescita del mondo, che sono i mercati più bisognosi di assicurazioni specialistiche per proteggere il proprio patrimonio in espansione”. In India, il focus si concentrerà su agricoltura e infrastrutture, nonché sulla gestione delle catastrofi.

Parallelamente, i Lloyd's continuano a assicurare sulla propria presenza nell'Unione Europea, soprattutto dopo il discorso di questa settimana del primo ministro britannico, Theresa May, che ha confermato l'ipotesi di una hard Brexit entro la fine di marzo. A Londra restano focalizzati sullo studio di modelli operativi alternativi al mercato unico, come ad esempio la creazione di filiali in Paesi europei chiave.

Fabrizio Aurilia

TECNOLOGIE

Innovare è un gioco da ragazzi

Così come per l'avvento degli smartphone, anche le tecnologie indossabili sembrano incontrare l'interesse del pubblico. Ma, almeno in Italia, si tratta di una nicchia di mercato che attende concrete occasioni di sviluppo

La strada dell'innovazione tecnologica passa dai *Millennials* e, a sentire loro, è un gioco da ragazzi. Perché ciò che per loro oggi è gioco (nel vero senso della parola), esperimento o sfida, domani potrebbe diventare un prodotto tecnologico di largo consumo applicato nella sicurezza della persona o un'innovazione che cambia il modo di interagire con l'auto.

È l'approccio con cui è nato **Wearable Tech**, un salone delle tecnologie da indossare la cui seconda edizione si è svolta nelle scorse settimane negli spazi del Lingotto di Torino. A promuoverlo, un gruppo di studenti del **Politecnico di Torino** che fanno parte di **Jetop**, una *junior enterprise* (no-profit) dell'Ateneo, composta e gestita da studenti, che ha lo scopo di creare contatti tra l'università e il mondo del lavoro.

**FAVORIRE LO SCAMBIO DI IDEE**

Luca Pezzolla, presidente di *Jetop* e project manager di *Wearable Tech Torino*, spiega che l'iniziativa è nata da una discussione in atto tra i soci: “L'idea è partita dal constatare che il *wearable* è un settore in crescita, ma che non è previsto un momento o un luogo in cui presentare come funzionano e come possono essere utili i dispositivi indossabili. Il Salone è un luogo in cui far incontrare aziende e tecnici, ma anche gli utenti comuni che saranno gli utilizzatori di tali tecnologie e ancora non ne comprendono il valore. La manifestazione comunica su tre livelli: verso gli utilizzatori potenziali per permettere a tutti di provare il *wearable*; verso gli sviluppatori attraverso workshop di approfondimento; verso le imprese con networking tra espositori e potenziali clienti BtoB”. Quest'anno il salone è stato visitato da circa 700 imprese, dalle start up alle multinazionali, indice di un settore economico che si va formando con una crescita moderatamente rapida rispetto a quanto accade su certi mercati esteri: “Uno degli ambiti su cui si lavora, soprattutto all'estero, è lo *smart textile*, cioè l'applicazione delle tecnologie ai tessuti o all'abbigliamento, per permettere un'interazione tra il corpo ed elementi esterni.

(continua a pag. 2)**INSURANCE REVIEW su FACEBOOK**
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

OCCHIALI INTELLIGENTI PER RIDURRE IL RISCHIO

In Italia, invece, l'interesse maggiore è verso la realtà virtuale, su cui operano circa un centinaio di strutture indipendenti, piccole aziende o start up, a cui si aggiungono le branch di alcune corporate. L'applicazione della realtà virtuale avviene prevalentemente per un pubblico consumer nell'ambito *gaming*, mentre la realtà aumentata si sta smarcando dall'ambito della comunicazione per prendere piede in campo industriale: "A Wearable Tech Torino – prosegue Pezzolla – abbiamo presentato ad esempio *GlassUp*, occhiali utili a migliorare le performance visive nelle attività di riparazione, che hanno una possibile applicazione in campo chirurgico. È un prodotto orientato alla riduzione del rischio, che ha attirato l'attenzione di una casa motociclistica per l'applicazione nella guida sportiva".



SICUREZZA E SALUTE I PRIMI INTERESSI

Dall'osservatorio di Wearable Tech Torino si colgono le prospettive per l'applicazione di queste tecnologie, tra cui le più immediate sembrano riguardare, a medio termine, la crescita di dispositivi *general purpose* come braccialetti e *smartwatch*, che forniscono interazioni di base quali le notifiche dal cellulare o le applicazioni per il wellness: "Guardando oltre – continua Pezzolla – si svilupperanno soluzioni verticali in nicchie di mercato interessate: ad esempio la cuffia da nuoto che tiene traccia dei parametri dell'attività fisica, o il gps usato dalle squadre di calcio per valutare le attività dei calciatori e studiare poi le soluzioni tattiche più efficaci. Un altro esempio è il portafoglio smart, un prodotto costoso (circa 200 euro) che punta sulla sicurezza per un target primario di manager o imprenditori: si apre tramite impronta digitale, ha un sistema di sicurezza integrato, un rivestimento che lo rende indistruttibile e un sistema gps per rintracciarlo in caso di smarrimento o furto. Per l'auto, invece, sono in atto esperimenti di *wearable* che interagisce con la vettura, ma i progetti sono a un livello di ricerca e sviluppo".

PRIVACY E TUTELA DEI DATI SENSIBILI

Le potenzialità sono enormi e gli spazi per la creatività apparentemente senza limiti. Ma il mercato è pronto per accettare applicazioni tecnologiche così invasive? "Si vive un momento simile a quello dell'introduzione sul mercato dello smartphone al posto dei cellulari classici. Dal nostro punto di vista, l'utente finale è pronto anche se non adeguatamente informato. Abbiamo condotto un esperimento in città fermando i passanti e facendo loro provare tecnologie di realtà virtuale: sono applicazioni semplici che vengono subito comprese e verso le quali scatta subito l'interesse. Manca piuttosto la consapevolezza di come possono essere introdotte nella propria vita", racconta Pezzolla. Sotto questo aspetto, il gaming ha un ruolo pedagogico, perché il coinvolgimento tramite gioco è un ottimo mezzo per far avvicinare gli utenti alla tecnologia, per comprenderla e accettarla: "Il wearable nasce nel gaming, ma poi si rivolge alla risoluzione di problemi concreti, con indubbi vantaggi per la qualità della vita o per le attività produttive e di servizi". Certo, la messa in commercio e l'utilizzo di tecnologie wearable, come di tutte quelle web-based, non è esente da rischi e responsabilità, che riguardano in modo particolare la privacy, la sicurezza dei dati e l'utilizzo corretto dei dispositivi, in modo particolare quelli che raccolgono suoni e immagini: "Le questioni sollevate dall'uscita dei Google Glass hanno aperto un tema a cui le multinazionali stanno ora ponendo rimedio".



Maria Moro



**INSURANCE CONNECT** su **YOU TUBE**
Seguici cliccando qui



IL PUNTO SU...

Responsabilità sanitaria: non c'è obbligo di mediazione

Nel testo della legge Gelli approvato la scorsa settimana al Senato è stata inserita una rilevante modifica che interessa direttamente il ruolo delle compagnie assicurative



È stato approvato, nella seduta del 11 gennaio dal Senato, il testo del disegno di legge n. 2224 (cd *Gelli*) contenente "Disposizioni in materia di sicurezza delle cure e di responsabilità professionale degli esercenti le professioni sanitarie".

Dell'iter formativo di questo provvedimento ci siamo più volte occupati, fornendo resoconti sullo stato dei lavori di un testo normativo che grandissimo impatto avrà sulla disciplina della responsabilità in ambito medico.

L'impianto normativo, nella sua elaborazione iniziale e nel testo ora reso noto e frutto di un notevole lavoro di perfezionamento e affinamento in Commissione, costituisce infatti un articolato disciplinare che avrà un impatto innovativo di rilievo sulle regole della responsabilità sanitaria di strutture e medici, e sul contesto assicurativo di riferimento.

Possibilità e non obbligo

Rispetto al testo originale uscito dalla Camera dei Deputati, numerose e di sostanza sono le novità, che costituiscono il frutto dei molteplici apporti dati nel corso delle lunghe audizioni che hanno caratterizzato il dibattito e i lavori nelle commissioni competenti.

In attesa che la legge veda la luce (il testo è approdato alla Camera in seconda lettura per invio dal Presidente del Senato della Repubblica, in data 12 gennaio 2017) ci vogliamo qui soffermare su quella che è stata la più rilevante modifica (dell'ultima ora) tra il testo uscito dalle commissioni referenti e quello poi approvato dall'Aula in via definitiva.

È una modifica solo apparentemente secondaria, che attiene all'importante disciplina della procedura che la vittima di un (supposto) errore medico deve intraprendere per ottenere (se dovuto) il giusto ristoro del danno.

L'articolo 8, già nella precedente approvazione, presentava elementi importanti, introducendo una condizione di procedibilità

del giudizio risarcitorio sanitario, e prevedendo l'obbligo di esperire preventivamente la procedura giudiziale della così detta consulenza tecnica finalizzata alla conciliazione (Art. 696 bis Cpc).

Nel testo da ultimo approvato, tale procedura di accertamento preventivo resta alternativa, e non sostituisce dunque (come previsto in precedenza nel testo licenziato in commissione *Igiene e Sicurezza*) quella di mediazione di cui alla legge 162 del 2014, che quindi non sarà più da considerarsi *obbligatoria* nella misura in cui le sarà preferito lo strumento giudiziale di cui all'art. 696 bis Cpc.

Al legale della parte lesa, dunque, spetterà il compito di scegliere lo strumento alternativo alla lite, cioè se l'Atp o la mediazione, condizioni entrambe di procedibilità dell'azione giudiziale.

In vero, da un lato, l'accertamento preventivo potrà essere più appetibile per i vincoli di attivazione che impone all'impresa di assicurazione dell'intimato (che deve formulare un'offerta transattiva); dall'altro lato però, la mediazione non presenta un obbligo di introduzione della lite ex art. 702 bis Cpc entro il termine di 90 giorni dal deposito della relazione medica, pena la perdita di efficacia della domanda, come previsto dal III comma dell'art. 8.

Contatto diretto con la compagnia

La novella appena introdotta, dunque, prevede che le assicurazioni che garantiscano la responsabilità delle strutture e degli esercenti (che potranno essere direttamente citate in giudizio dal paziente) debbano, in tale contesto pre-contenzioso, formulare un'offerta di risarcimento del danno al paziente, ovvero comunicare le ragioni del diniego.

La sanzione, in caso di tale omissione posta a carico dell'assicuratore, è quella di dover poi rispondere all'organo di controllo (*Ivass*) nel caso di condanna negativa, successiva al ristoro del danno.

Anche da questo punto di vista, la norma va letta come ispirata alla volontà di delimitare il contenzioso civile alle sole ipotesi in cui, per ragioni che dovranno essere vagliate dal giudice competente, le parti non siano giunte a una soluzione conciliativa.

Tutto l'impianto normativo in questione, infatti, è teso a creare un contatto diretto tra assicuratore del presunto responsabile e danneggiato, prevedendo la partecipazione obbligatoria dell'assicuratore fin dalle fasi preliminari della controversia, e onerando la stessa impresa di un'attività immediata di istruzione del caso clinico, dovendo, a pena di sanzioni, provvedere alla formulazione di un'offerta risarcitoria in caso di accertamento di colpa.

Avv. Filippo Martini
Studio Mrv

PARTNERSHIP

Polizza per il car sharing

Accordo in esclusiva per l'Europa fra Allianz Worldwide Partners e car2go: presentata un'innovativa assicurazione al minuto

Secondo molti, il *car sharing* sarà il modello di mobilità del futuro. Il fenomeno appare in netta crescita: stando a quanto riportato nel primo rapporto sulla *sharing mobility*, lo scorso anno in Italia si sono contati circa 700mila utenti per una flotta di oltre 5.700 veicoli. E proprio in questa direzione, per tentare di venire incontro a questa nuova realtà, si muove l'accordo siglato fra **Allianz Worldwide Partners** e **car2go**: a partire da quest'anno, i clienti che noleggiavano un veicolo della popolare società di *car sharing* riceveranno copertura assicurativa verso terzi da **Allianz Global Assistance**.

"Con car2go abbiamo trovato un forte partner con il quale poter espandere il range di soluzioni assicurative che offriamo nel settore del *car sharing*", commenta **Matthias Wuensche**, membro del cda di **Global Automotive**, Allianz Worldwide Partners. Peculiarità dell'accordo è l'adattamento della copertura assicurativa alla struttura dei prezzi utilizzata da car2go: in pratica, le tariffe saranno calcolate al minuto. "Vogliamo offrire ai nostri clienti servizi innovativi e copertura assicurativa su misura, non importa dove si trovano e che tipo di mezzo di trasporto utilizzano per spostarsi", continua Wuensche.

L'intesa si struttura come un accordo di collaborazione esclusiva per l'Europa. Per il momento, la partnership coprirà una flotta di circa 7.400 veicoli distribuiti in Italia, Germania, Austria, Spagna e Olanda. L'obiettivo, nel lungo periodo, è quello di estendere la collaborazione in altri mercati e di allineare ulteriormente i termini della copertura assicurativa al peculiare modello di car2go. "Grazie a questa partnership con Allianz Worldwide Partners - commenta **Thomas Beermann**, Ceo di car2go - ora i nostri 1,2 milioni di clienti attivi nelle 14 location europee possono trarre ancora più vantaggio dalla mobilità condivisa, godendo di una protezione assicurativa fornita da un importante partner. In questo contesto, la copertura assicurativa che fa parte di un programma europeo, è stata studiata specificamente per soddisfare le esigenze individuali del nostro modello di business".

Giacomo Corvi

TECNOLOGIE

Axa investe su Floome

Primo round da 750mila euro per il device che trasforma lo smartphone in un etilometro: per il fondo di investimento della compagna, è la prima operazione di questo tipo in una start up italiana

Circa un quarto degli incidenti mortali che si verifica ogni anno in Europa è imputabile alla guida in stato di ebbrezza: in Italia la quota si alza al 30-35%. Per questo motivo, per cercare di contrastare un fenomeno che causa ancora troppe vittime, **Axa Strategic Ventures** ha deciso di investire in **Floome**, una start up veneta che ha creato un device capace di trasformare un semplice smartphone in un etilometro. Insieme a **Invitalia Ventures Sgr**, il fondo di investimento della compagna francese ha chiuso un primo round da 750mila euro: per Axa è il primo investimento *early stage* in una start up italiana.

Tecnologia per la sicurezza

"L'obiettivo è di investire in tecnologie che possano cambiare il futuro dell'assicurazione e il servizio per i nostri clienti. Per questi motivi Floome è una start up promettente sul mercato a livello globale", commenta Minh Q. Tran, general partner di Axa Strategic Ventures. Floome si basa su un dispositivo tascabile che, una volta collegato allo smartphone, consente di rilevare il proprio tasso alcolemico: venduto a un prezzo competitivo sul sito della start up, dispone degli stessi sensori che sono inseriti negli etilometri forniti alle forze dell'ordine. Collegato al dispositivo c'è un'applicazione gratuita che consente di visualizzare il tasso alcolemico rilevato dal dispositivo: l'app fornisce inoltre informazioni utili, come il limite legale di ebbrezza o le eventuali sanzioni, finalizzate a scoraggiare l'utente dal mettersi alla guida sotto l'effetto dell'alcool.

Prossimo obiettivo: il controllo remoto

"Il nostro obiettivo - afferma **Patrick Cohen**, ceo di Axa Italia - è diventare sempre di più partner dei nostri clienti, aiutandoli a prevenire i rischi facendo leva sull'innovazione tecnologica. Floome risponde perfettamente a questa sfida, in quanto consente di evitare possibili incidenti legati all'alcool e promuove un comportamento virtuoso per chi guida". Fondata nel 2013 a Padova da **Fabio Penzo**, **Marco Barbetta** e **Luca Escoffier**, la start up vanta già 20mila utenti attivi e ha raggiunto recentemente nuovi clienti in Europa, Asia, Sudafrica, Australia e Stati Uniti. Con questo investimento, la società punta a rafforzare la propria strategia di marketing per sviluppare poi, nel lungo periodo, un device che consenta il controllo digitale e da remoto del tasso alcolemico. "Grazie a questo investimento - commenta Fabio Penzo, ad di Floome - continueremo a rendere più semplice la vita delle persone, e a realizzare nuovi prodotti già nel corso del 2017".

Giacomo Corvi

Insurance Daily**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano**T:** 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.itPer inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.itSupplemento al 20 gennaio di www.insurancetrade.it - Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 - ISSN 2385-2577