

QBE mail

Maggio 2016

In Primo Piano

Piero Asso lascia QBE

Il 31 maggio **Piero Asso** lascerà l'incarico di **Rappresentante Generale** per l'Italia di QBE Insurance (Europe) Ltd., ruolo che ha ricoperto dal 2007. La responsabilità di QBE in Italia sarà assunta a *interim* da **Thomas Huber**, attuale *Head of European Casualty* di QBE, in attesa della nomina di un nuovo *general manager*.

Una storia di crescita

*La mia esperienza in QBE si chiude dopo 17 anni. E' stato un percorso lungo e di grande soddisfazione, che mi ha dato molto dal punto di vista umano e professionale. Una storia iniziata alla fine del 1999 con l'apertura di un ufficio nel centro di Milano. Nei primi anni ci siamo occupati di RC Professionale, di D&O e poi di Medical Malpractice. Da lì è partito un percorso di **sviluppo dimensionale e operativo**. E' stata una crescita progressiva, continua, senza strappi, che abbiamo realizzato rispettando ed evolvendo il modello distributivo iniziale, fondato sui broker. Oggi QBE può contare su una struttura di **40 professionisti**, collabora stabilmente con **60 broker** ed alcuni **Agenti** e opera nel Property, Liability, Pharma, Directors & Officers e Professional Indemnity. In questi anni abbiamo portato in Italia la cultura di un grande nome dell'assicurazione mondiale, una compagnia solida, con la mentalità giusta per adattarsi all'evoluzione del mercato e alle nuove domande di gestione del rischio, come dimostra la qualità della nostra offerta di oggi. Lascio una compagnia stabilmente posizionata nel mercato assicurativo nazionale, con un'organizzazione che integra efficacemente le professionalità italiane e il patrimonio di competenze delle divisioni europee di QBE. Sono certo che su questa base QBE potrà lavorare bene e **continuare a crescere**. E che continuerà a essere per i propri intermediari il **partner affidabile** che ha dimostrato di essere in tutti questi anni.*

Piero Asso

Approfitto dell'occasione per esprimere, a nome di tutto il team di QBE, un sincero ringraziamento a Piero Asso per la crescita umana e professionale che ha saputo portare avanti in tutti questi anni insieme.

Thomas Huber

Lex

Le regole europee per la privacy

L'Unione Europea si è dotata del proprio **regolamento** per la **privacy** (Regolamento Ue 2016/679 del parlamento europeo e del consiglio del 27 aprile 2016), unico per tutti gli stati dell'Unione. Il provvedimento, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea del 4 maggio scorso, entra in vigore il ventesimo giorno dalla pubblicazione e apre una finestra di due anni per prepararsi all'applicazione. In particolare, tra le novità, l'obbligo della nomina del **responsabile della protezione dei dati** (*data protection officer*), nuove misure di sicurezza e nuovi diritti per le persone (oblio, portabilità dei dati). Il regolamento porta importanti novità sul piano della tutela e degli strumenti previsti per responsabilizzare maggiormente le imprese, stabilendo al contempo significative semplificazioni. Le nuove regole rispondono alla necessità di **adeguare le norme** di protezione dei dati ai **cambiamenti** determinati dall'incessante evoluzione delle tecnologie. Sebbene la decorrenza effettiva del provvedimento sarà tra due anni (dal 25 maggio 2018), le imprese, le pubbliche amministrazioni, i professionisti ma anche legislatore e garante hanno diverse cose da fare: sarà infatti necessario verificare il grado di uniformità della legislazione e della normativa italiana ai parametri del regolamento e, per il garante, dare indirizzi su come comportarsi. Le imprese, i professionisti e gli Enti Pubblici dal canto loro dovranno misurare il grado di conformità dei regolamenti agli standard europei, prevedendo nuovi adempimenti da attuare.

Per saperne di più: www.assinews.it – 05.05

Mezzi di trasporto e rumori molesti

Il Tar Sicilia, con sentenza 992/16 pubblicata dalla sezione staccata di Catania, ha imposto

QBE mail

Maggio 2016

Sistema assicurativo e ritorno alla tradizione

Secondo l'Osservatorio Assinext, condotto da Nextplora, negli ultimi due anni si registra un'inversione di tendenza nel comportamento di acquisto delle polizze tradizionali, con un **riavvicinamento** dei sottoscrittori al **comparto assicurativo**.

Il digitale si conferma il canale preferito per cercare informazioni e i comparatori permettono di ottenere rapidamente un preventivo. L'acquisto però, da parte di due clienti su tre, avviene con metodi tradizionali. L'indagine, condotta su 5 mila italiani, rivela che il 90% del campione conosce almeno un comparatore assicurativo, il 60% ne fa anche uso, ma il 74% finisce poi per stipulare una polizza tradizionale. Il cliente infatti cerca principalmente **affidabilità e trasparenza** e la scelta della polizza tradizionale sembra rassicurante.

La variabile prezzo del premio assicurativo ricopre comunque un ruolo importante e rappresenta un elemento di confronto tra intermediario e cliente. D'altro canto, la **crescita** delle **compagnie dirette** pare **essersi arrestata** (sono diverse le statistiche che giungono a questa conclusione), a conferma del fatto che la sola dinamica del costo ridotto non sia sufficiente per acquisire quote di mercato.

La ricerca evidenzia inoltre che la **soddisfazione** nei confronti della compagnia di riferimento è **elevata** e il rapporto con l'intermediario definito come positivo e vantaggioso. Le compagnie tradizionali negli ultimi tempi hanno riacquisito prossimità e attenzione al cliente, grazie anche alle strategie e agli investimenti in comunicazione.

Per saperne di più: Il Giornale delle Assicurazioni – aprile

Smart Things

Cestini dei rifiuti intelligenti

Il Politecnico di Milano ha messo a punto un brevetto che prevede **sensori e tecnologia a infrarossi** per i **portarifiuti** di strade e piazze. I sensori comunicano quando il cestino è pieno, avvisando l'Amsa che si organizza per il servizio di svuotamento e pulizia mirato.

Il brevetto, testato nella zona di Città Studi, da maggio a ottobre scorso, in concomitanza con Expo, si basa su una tecnologia a infrarossi che prevede tre possibili stati: cestino vuoto, pieno a metà/due terzi o effetto tappo, ovvero la presenza di ostacoli in superficie. Il sistema si è dimostrato **molto affidabile** e, a detta di Amsa, ha permesso l'ottimizzazione delle risorse, con gli addetti che

alla società che gestisce la tangenziale di provvedere alla **riduzione del rumore** delle auto che perseguita da tempo il proprietario della casa vicina. L'azienda che amministra l'infrastruttura di collegamento dovrà provvedere entro sei mesi a ridurre le emissioni sopra la soglia di legge e sostenere i costi (circa 11 mila euro) dei doppi infissi necessari ad attenuare i rumori. Il tribunale non ha accolto la richiesta di risarcimento del danno biologico o esistenziale che il malcapitato aveva avanzato, in assenza della dimostrazione di un pregiudizio alla salute, ma ha anche **respinto il danno da deprezzamento** dell'immobile, perché costituisce una voce di danno collegata a fatti anteriori a quelli denunciati. Sempre in ambito di rumori e trasporti, il Tar Lombardia, con sentenza 1920/15, ha esonerato il sindaco del Comune dalla responsabilità dei rumori notturni della stazione ferroviaria, ribadendo che nei servizi pubblici essenziali, la competenza a emettere ordinanze contro le emissioni acustiche sopra la soglia consentita è della presidenza del consiglio dei ministri, al fine di evitare difformità tra le diverse amministrazioni. L'inquinamento acustico provocato dagli aerei invece, secondo il Tar Lazio (sentenza n. 10119/14), deve essere verificato caso per caso, non essendo possibile estendere lo stop ai voli notturni a realtà territoriali e ambientali non omogenee.

Per saperne di più: ItaliaOggi – 01.05

Numeri

Segnali di fiducia e di ripresa

Due imprese su tre dovrebbero aver chiuso il bilancio 2015 in utile: questa la stima del **Rapporto sulla Stabilità Finanziaria** di Banca d'Italia. Un risultato che, se confermato, parla di crisi superata con la quota di aziende in utile più elevata negli ultimi dieci anni. La fase negativa ha bruciato

QBE mail

Maggio 2016

vengono inviati solo dove serve. Il progetto che rientra nei piani di lavoro di A2a, la *multiutility* energetica di Milano che controlla Amsa, coinvolgerà anche il Comune per l'estensione del sistema su tutto il territorio (36 mila cestini e cestoni, di cui 23 mila per le strade e 13 mila nelle aree verdi), con l'ambizione di esportare il progetto anche all'estero. Si tratta di una soluzione *Smart City* i cui benefici, a conti fatti, sembrano superare i costi, migliorando il servizio e promettendo anche un interessante risparmio.

Per saperne di più: www.repubblica.it – 8 maggio

Connessione tra oggetti intelligenti e sicurezza

Il timore degli attacchi informatici ha portato un incremento nella **spesa mondiale** in servizi e tecnologie di *cybersecurity*, che a fine 2016 dovrebbe raggiungere i **348 milioni di dollari**. E' il risvolto della medaglia della diffusione della connessione tra oggetti intelligenti, ovvero la **maggior vulnerabilità** agli attacchi informatici. Secondo il Rapporto Gartner "Forecast: IoT Security, Worldwide, 2016", entro il 2020, un attacco su quattro riguarderà sistemi e piattaforme IoT.

Nel 2018 gli **oggetti connessi** saranno **11,4 miliardi**, rispetto ai 6,4 dello scorso anno, accrescendo di pari passo il pericolo di attacchi informatici. Il costo della protezione da questi rischi toccherà i **547 miliardi** di dollari nel 2018 e nel 2020, secondo le stime dei ricercatori, il 10% della spesa per l'IT *security* riguarderà le soluzioni intelligenti e i sistemi smart. Una strada per ridurre i costi e migliorare l'accesso delle imprese alle nuove tecnologie per la sicurezza IoT è rappresentata dai **servizi cloud** (*cloud-based security services*), più flessibili, più efficienti e più sostenibili sia da un punto di vista economico, sia da un punto di vista ambientale.

Per saperne di più: www.key4biz.it – 26 aprile

Trend

Mobilità passeggeri su strada

Il settore del **trasporto passeggeri su strada** sta conquistando velocemente quote di mercato offrendo ogni giorno un migliaio di collegamenti, tra una sessantina di città italiane. Complice la liberalizzazione del settore, favorita da un cambio di normativa (passaggio nel 2014 dal sistema in concessione a quello per autorizzazione), i numeri di questo business meritano una certa attenzione. Due i nomi delle imprese che hanno saputo cogliere questa opportunità: **FlixBus** e **Megabus**.

quasi il 10% del Pil e un quinto della capacità produttiva nazionale, ampliando la forbice tra le aree ricche e quelle povere del Paese. Secondo il rapporto di Confindustria e Cerved, il **numero di fallimenti** nel corso del 2015 è **sceso del 23%** e aumenta la percentuale degli ottimisti tra gli imprenditori italiani, passata dal 32% nell'ultimo trimestre 2015 al 50% nei primi tre mesi del 2016. Dopo anni di pessimismo, il bicchiere sembra ora mezzo pieno. Cresce anche la **domanda di credito** delle imprese italiane che, secondo il Barometro di Crif, segna un +5,2%, con un maggior incremento tra le società, rispetto alle imprese individuali (+6,8% rispetto al +2,9%). Sale anche l'importo medio delle richieste che si stabilisce a poco meno di 77 mila euro (+18,7%). Nella graduatoria sulla competitività di costo delle economie nazionali europee però, l'Italia si colloca al terz'ultimo posto riuscendo a produrre meno di 125 euro di valore aggiunto, a fronte di 100 euro di costo del lavoro unitario. La media europea si attesta a 143 euro mentre spiccano le 208 euro dell'economia irlandese, agevolata da una pressione fiscale contenuta.

Per saperne di più: *Affari&Finanza* – 09.05

Sicurezza sul lavoro

Gli infortuni sul lavoro sono ancora un problema importante per istituzioni, imprese, organismi di controllo e parti sociali. Il bilancio provvisorio dell'Inail, in occasione della festa del lavoro, denuncia **152.573 incidenti** complessivi nel primo trimestre del 2016. Nel 2015 i sinistri sono stati **632.665**, con una flessione del 3,9% rispetto alle 658.514 denunce dell'anno precedente. Si contano in media 3 morti al giorno, con una riduzione del 14,6% del numero di "morti bianche" in questa prima parte dell'anno (176 denunce), rispetto allo stesso periodo del 2015, anno nero per le morti sul lavoro. Lo scorso anno, sono stati infatti ben **1.172 gli infortuni**

QBE mail

Maggio 2016

La prima è una *start-up* nata in Germania due anni fa, dall'iniziativa di tre ragazzi poco esperti di autobus ma molto avvezzi all'e-commerce e all'economia digitale. Sono un milione i biglietti venduti da *FlixBus* che, arrivata in Italia nel luglio 2015, conta un parco di 100 autobus, impiega una cinquantina di persone a tempo pieno in un ufficio di 450 metri quadrati nel quartiere di Porta Nuova a Milano e crea un indotto di circa 550 tra autisti e manutentori. *Megabus* invece fa capo al colosso scozzese *Stagecoach* quotato alla Borsa di Londra. Qui la realtà appare più tradizionale, con 120 dipendenti e una gestione diretta di 24 autobus a due piani, in grado di ospitare fino a 67 passeggeri. Per entrambe le imprese, la chiave del successo sta nella **leva del prezzo**: le offerte, da scovare *on line*, promettono risparmi importanti, come i 9 euro del biglietto da Roma a Milano o i 5 euro da Torino a Venezia.

Per saperne di più: [Affari&Finanza](#) – 3 maggio

Contenuti ad alta visibilità

Il motore di ricerca numero uno al mondo questa volta vuole entrare nel *business* dell'editoria e conquistare quote di mercato al settore dei giornali. Una **nuova piattaforma** di *Google* sarebbe presto disponibile per la pubblicazione dei contenuti direttamente nel perimetro del motore di ricerca, garantendo evidentemente visibilità e posizionamento di tutto rispetto. E' un colpo basso al mondo dell'editoria che viveva *Google* più come un alleato che come un concorrente.

La giungla dell'editoria digitale determina purtroppo una situazione per cui la qualità e il valore dei contenuti soccombono alle migliaia di video, ai 204 milioni di e-mail e i 277 mila Tweet, prodotti ogni minuto. In questo scenario l'unico elemento che possiede un valore economico intrinseco è il dato, ovvero quell'insieme di informazioni relative agli utenti, alle loro abitudini comportamentali, preferenze e gusti sui quali poter immaginare linee editoriali e attività di marketing. In questo scenario, nasce "**Google Posts**", la nuova piattaforma lanciata in via sperimentale come uno strumento di informazione elettorale a ridosso delle primarie 2016 e annunciata sul blog ufficiale di *Google* lo scorso 26 gennaio. Il sistema permette ai candidati di pubblicare un testo di 14.000 caratteri, immagini e video, per poter fornire immediatamente agli elettori aggiornamenti e informazioni. Una sorta di carosello di immagini, le "**Candidate Cards**" riassumono i contenuti dei post nei risultati della ricerca, creando delle vere e proprie **schede informative**, linkate alla pagina di contenuto.

Per saperne di più: www.wired.it – 5 maggio

mortali, con una crescita del 16% rispetto ai 1.009 decessi del 2014. Per favorire una tutela efficace della salute e della sicurezza dei lavoratori sono stati stanziati **1,3 miliardi** negli ultimi 5 anni, investiti in progetti sulla diffusione e la promozione della **cultura della prevenzione**. Anche nel 2016 proseguono i finanziamenti, con iniziative speciali per settori a maggior rischio, a cominciare dalla bonifica dell'amianto con un fondo dedicato di 83 milioni.

Per saperne di più: [Corriere della Sera](#) – 01.05

Curiosità

Privacy e diritto all'oblio

La Corte di Giustizia europea si è espressa in tema di **diritto all'oblio sul web**, imponendo a *Google* l'obbligo di garantire la **deindicizzazione di articoli** ritenuti spiacevoli o lesivi dei diritti degli interessati. Il caso parte dalla Spagna dove un cittadino ha chiamato in causa l'autorità garante della privacy, per una voce di *Google* che lo riguardava e che si riferiva a una vicenda scomoda, successivamente risolta. L'autorità, considerando l'attività legata al **trattamento dei dati personali** da parte del motore di ricerca, ha sancito la deindicizzazione dell'Url, riconoscendo il fatto che solo il giornale, fonte della notizia, potesse mantenere l'articolo in questione nei suoi archivi *on-line*. I contenziosi di *Google* in tema di rispetto della privacy non si esauriscono qui ma intanto il colosso di *Mountain View* ha preso in mano la situazione e ha istituito uno **sportello reclami on-line** per chi, ritenendosi danneggiato, vuole chiedere la rimozione delle Url scomode. Il diritto a riconoscere effettivamente quanto richiesto dall'appellante è però in capo alla stessa *Google* che appare (almeno in Italia) particolarmente selettiva nell'accogliere le istanze.

Per saperne di più: [Affari&Finanza](#) 25.04