

RC AUTO, POLIZZE PER LA NUOVA MOBILITÀ

di GIACOMO CORVI

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO, SECONDO GIUSEPPE BARBATI DI ACRISURE ITALIA, È STATA SOLO IN PARTE (E CON POCA EFFICACIA) ACCOMPAGNATA DA UN ADEGUATO SVILUPPO DI SOLUZIONI ASSICURATIVE IN GRADO DI RISPONDERE ALLE NUOVE ESIGENZE DELLA CLIENTELA. PER IL FUTURO SERVIRANNO APPROCCI INNOVATIVI PER CONTINUARE A OFFRIRE SERVIZI DI COPERTURA AGLI ASSICURATI



© Philip Stegny - iStock

Ci sono voluti due piccoli scossoni di mercato per tentare di vivacizzare un panorama dell'Rc auto che per **Giuseppe Barbati**, managing director di **Acrisure Italia**, “è da anni abbastanza piatto”. Il primo è arrivato alla fine del 2022, quando il premio medio della polizza, secondo l'ultima indagine *Iper* dell'**Ivass**, è tornato a crescere dopo otto anni di costante ribasso. “È stato un passaggio in qualche modo inevitabile, visto che l'inflazione ha spinto al rialzo il costo dei pezzi di ricambio e della manodopera per le riparazioni”, osserva il manager.

Il secondo scossone, senza dubbio più incisivo per Barbati, è arrivato invece con l'estensione del regime Card a tutte le imprese del mercato. “Questa è davvero una

piccola rivoluzione per il settore”, afferma. “Soprattutto in alcuni ambiti, come quello delle due ruote o dei veicoli di alta categoria: di fatto stiamo assistendo e assisteremo a un rialzo dei premi rispetto alle precedenti offerte degli assicuratori fuori card, considerando che i forfait per queste specifiche tipologie di veicoli risultano spesso incapienti e non sono dunque sufficienti – aggiunge – a coprire il costo di un sinistro che presenta anche danni fisici o che riguarda una vettura dall'elevato valore commerciale”.

TELEMATICA PER NUOVE TARIFFE

Il panorama, come detto, resta tuttavia abbastanza piatto. Soprattutto se confrontato con la velocità con

cui evolve il paradigma della mobilità. “I modelli di trasporto stanno cambiando, la tecnologia è ormai parte integrante delle nostre vetture e la qualità del dato si fa ogni giorno più raffinata”, osserva Barbati. “Eppure – prosegue – non c’è ancora una vera attitudine a cambiare il modello di business del mercato”.

Barbati si sofferma in particolare sugli schemi di assunzione del rischio e sul potenziale ancora inespresso della telematica. “Nonostante l’introduzione di tecnologie di assistenza alla guida e la capacità di raccogliere dati e informazioni sulla condotta specifica del cliente, i parametri fondamentali per la misurazione del rischio restano gli stessi di sempre: età dell’assicurato, provincia di residenza, anzianità della patente, classe di merito, ...”, riflette Barbati. “Il risultato – aggiunge – è che una vera tariffa *driving behaviour* ancora non esiste: i dati sullo stile di guida possono generare soltanto uno scostamento di pochi punti percentuali rispetto alle tariffe standard”. E così, chiosa, “oggi un neopatentato virtuoso paga di più di un 45enne che guida malissimo”.

A SERVIZIO DELLA CLIENTELA

E pensare che, secondo Barbati, tutte queste novità potrebbero andare a beneficio del cliente. “Vetture sempre più avanzate dal punto di vista tecnologico hanno

POLIZZE ANCORA POCO GREEN

Fra i trend di sviluppo della mobilità c’è anche quello della sostenibilità. Peccato però che, secondo Giuseppe Barbati, managing director di Acrisure Italia, “in Italia non esiste ancora una vera polizza green”. Innanzitutto perché le auto elettriche sono ancora poco diffuse. E poi perché, spiega, “queste vetture sono principalmente city car e presentano, di conseguenza, un profilo di rischio più elevato rispetto alla media di mercato”. Insomma, secondo Barbati, lo sforzo del settore si è finora tradotto in “qualche sparuto e isolato tentativo di sviluppare una copertura per questo ambito della mobilità”. La situazione, a detta del manager, potrà migliorare soltanto quando “alla sostenibilità dell’alimentazione si assocerà anche una componente tecnologica in grado di incrementare il livello di sicurezza e di ridurre la frequenza sinistri”.

sicuramente costi di riparazione più elevati, però i dati ci dicono che presentano, allo stesso tempo, anche una minore frequenza sinistri e potrebbero dunque essere soggette a tariffe più economiche”, afferma il manager. La tecnologia può tradursi in un’innovativa componente di servizio per il cliente, come per esempio l’offerta di sistemi di assistenza alla guida e di pronto intervento in caso di emergenza. I sistemi premianti che ricompensano l’assicurato per il corretto stile di guida che ha tenuto al volante possono inoltre avvicinare il cliente all’acquisto di coperture più estese. Il manager prende l’esempio della polizza *kasko*. “Si tratta di una copertura che presenta in Italia un tasso di penetrazione inferiore al 5%, contro il 90% che si registra in Francia, Germania e altri paesi europei: offrire questa soluzione a tariffe agevolate ai clienti che si dimostrano buoni guidatori – spiega – può incentivare la diffusione delle buone abitudini al volante, costituire un elemento di copertura economica a 360° e fidelizzare l’assicurato”.

INTERMEDIARI PER LA MOBILITÀ DEL FUTURO

Sullo sfondo resta poi l’evoluzione delle abitudini di mobilità. E, di conseguenza, anche la necessità di adottare un nuovo approccio al mercato. “La nostra società è stata pioniera nell’offerta di coperture a gruppi omogenei di consumatori in occasione dell’acquisto di beni o servizi, in questo caso di automobili”, dice Barbati. “La penetrazione complessiva del mercato – prosegue – resta ancora bassa, ma credo che in futuro potremmo assistere a notevoli cambiamenti: la cultura assicurativa di chi opera in questo ambito, come i concessionari, sta cambiando e c’è sempre una maggiore propensione a collocare prodotti utili e chiari per il consumatore, compreso soluzioni complesse come l’Rc auto”.

In questo contesto, secondo Barbati, il ruolo degli intermediari resterà fondamentale. “Abbiamo la possibilità di contribuire alla diffusione di nuovi modelli di mobilità, incentivando i clienti a sperimentare innovative logiche di consumo e sollecitando le compagnie a sviluppare prodotti in linea con le nuove esigenze degli assicurati. Nell’ambito della *sharing mobility* – afferma – stiamo lavorando a soluzioni che possano coprire i rischi del cliente in ogni suo spostamento, a prescindere dal mezzo che decide di utilizzare: abbiamo su questo tema un tavolo aperto con numerose compagnie e contiamo – conclude – di poter offrire nuove soluzioni ai clienti che lavorano in questo ambito di business”.