

# DALLA POLIZZA STATICA A QUELLA DINAMICA

di BENIAMINO MUSTO

CON LE TARIFFE IN PICCHIATA, GOVERNARE LA GESTIONE TECNICA DEL SEGMENTO AUTO DIVENTA SEMPRE PIÙ COMPLICATO, ANCHE A CAUSA DEGLI SCONTI IMPOSTI DAL LEGISLATORE. UN MODO PER SUPERARE L'IMPASSE PASSA DA UN MAGGIOR COINVOLGIMENTO DEL CLIENTE, CON UN NUOVO APPROCCIO: NON ASSICURARE UN VEICOLO, MA LA MOBILITÀ DI CHI LO GUIDA

Per le compagnie far quadrare la sostenibilità tecnica dell'Rc auto sta diventando un esercizio di equilibrio sempre più complicato. Come noto, negli ultimi cinque anni il mercato auto ha visto una costante contrazione del premio medio. È diminuita la frequenza dei sinistri, e la concorrenza ha raggiunto livelli altissimi. Dalla scorsa estate si è aggiunto un ulteriore elemento di criticità: la legge Concorrenza. Come ha osservato il direttore tecnico di **Tua Assicurazioni**, **Nino D'Onghia**, “il legislatore, piuttosto che mettere mano agli elementi strutturali che influiscono sui premi è voluto intervenire sui fattori di personalizzazione tariffaria, imponendo delle scontistiche. È evidente che se il fabbisogno tariffario delle compagnie resta immutato e il legislatore ci impone di scontare determinati profili, tutto ciò andrà a discapito di quei profili di rischio che non sono menzionati dalla normativa. Il principio di ridurre i premi è condivisibile, ma per farlo occorre intervenire sui fattori strutturali di costo”, ha ammonito D'Onghia.

“L'unico aspetto che reputo positivo della legge Concorrenza è quello di aver aumentato i massimali per gli autobus”, ha affermato **Roberto Serena**, responsabile flotte auto di **Generali Italia**, che ha portato alla platea del convegno Rc auto di Insurance Connect il punto di vista di un target che sta diventando sempre più importante, anche grazie alla crescente diffusione del car sharing. “Si tratta di un settore molto complesso,

caratterizzato da peculiarità che lo rendono diverso dal classico mondo retail dell'auto. In questo ambito rientrano il settore trasporto, gli autobus per il trasporto pubblico, il noleggio”. Anche in questo settore è il prezzo a guidare le scelte di acquisto.

## CONSAPEVOLEZZA E COINVOLGIMENTO

Secondo Serena, anche nel mondo flotte bisogna riuscire a spostare il baricentro dalla componente di prezzo a quella di servizio, intervenendo su due aspetti: la consapevolezza e il coinvolgimento del cliente.



Da sinistra: **Roberto Serena**, responsabile flotte auto di Generali Italia; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review e **Nino D'Onghia**, direttore tecnico di Tua Assicurazioni

“Rendere consapevole il cliente significa condividere le informazioni e offrire la massima trasparenza al rapporto tra le parti”. Il coinvolgimento, invece, riguarda l’attività quotidiana: le performance e la gestione del rischio. Significa, ad esempio, “valutare insieme all’assicurato il costo medio dell’attivo. Ciò rende più facile la comprensione di alcuni passaggi tecnici molto complicati. In questo modo si prova a stimolare un nuovo

#### VERSO UNA RC AUTO DEMUTUALIZZATA?

**S**e qualche tempo fa si ipotizzava uno scenario di alternanza tra rete tradizionale e online, oggi la prospettiva è di un modello ibrido. Secondo Nino D’Onghia, direttore tecnico di Tua Assicurazioni, gli agenti continueranno ad avere un ruolo centrale “perché il cliente ha bisogno di una persona con cui interagire. Però gli agenti intercetteranno clienti non solo in agenzia, ma anche affacciandosi sul web”. Nei prossimi anni le compagnie lavoreranno su una sempre maggiore personalizzazione delle tariffe. “Molte compagnie stanno investendo su modelli statistici evoluti in grado di selezionare puntualmente il rischio”. Si va dunque verso una deriva di de-mutualizzare dell’Rca? “La polizza auto - ha detto D’Onghia - non ha un gran valore presso il cliente, a parte il prezzo. Il lavoro che il mercato sta facendo è quello di arricchire le polizze di contenuti nuovi a cui i clienti sono più sensibili”. Ad esempio andando incontro ai nuovi stili di mobilità. “Nella polizza auto di Tua - conclude D’Onghia - abbiamo esteso tutte le coperture accessorie (infortuni, assistenza e tutela) anche quando il cliente circola con la propria bici o con un’auto in car sharing”.

approccio, non più basato unicamente sul prezzo. Un cliente sensibile avrà così una consapevolezza maggiore sulla propria rischiosità”.

Insomma, l’approccio preliminare indispensabile si chiama persuasione. In questi mesi la gran parte delle compagnie ha messo in atto azioni per recuperare premio medio. Ognuno lo ha fatto con gli strumenti che ha ritenuto più idonei in funzione della propria struttura di portafoglio e della propria rete distributiva. In Tua Assicurazioni si è deciso di intervenire in primis sulla flessibilità, e in seconda battuta con una manovra tariffaria. “Il successo di queste operazioni - ha osservato D’Onghia - dipende molto dal coinvolgimento della rete di vendita. Prima ancora dei nostri clienti, dobbiamo convincere soprattutto i nostri agenti sulla necessità di riportare in alto il premio medio.

#### DALL’ASSICURAZIONE DEL VEICOLO ALL’ASSICURAZIONE DELLA MOBILITÀ

Anche il segmento flotte, come tutta l’Rc auto, sta cambiando velocemente. Il noleggio ormai rappresenta quasi il 50% del nuovo parco vetture immatricolato. Nuove forme di utilizzo dell’auto trovano ampio spazio: car sharing, noleggio ai privati, auto in comproprietà, car pooling. “Sta cambiando la mobilità, e in futuro potremmo assistere a un’erosione del mercato retail a favore di queste forme di utilizzo plurale dell’auto”, ha avvertito Serena, secondo il quale “bisogna essere già in grado di approcciare questo mercato in modo diverso. Avremo a che fare con le grandi società di noleggio, di leasing, e con le finanziarie”. Soggetti che hanno un potere contrattuale molto forte. “Dobbiamo cercare di cambiare approccio, imparando a utilizzare la tecnologia anche nelle flotte”. L’obiettivo è quello di riuscire a passare da un concetto di una polizza statica, legata al veicolo, a una dinamica, cioè legata al comportamento di guida.