

RC AUTO, OLTRE AL PREZZO C'È DI PIÙ

di BENIAMINO MUSTO

DA COMMODITY A PRODOTTO CON UN VALORE AGGIUNTO. LE COMPAGNIE SI STANNO ATTREZZANDO PER ADATTARSI AI CAMBIAMENTI NORMATIVI, CHE SONO VISTI COME OPPORTUNITÀ PER FAR EVOLVERE IL MERCATO. ATTRAVERSO LA DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI, LA PREVENZIONE ANTIFRODE E IL CONTENIMENTO DEL COSTO DEI SINISTRI

Sempre più affollato di competitor, sempre più regolamentato, e con un andamento tecnico sempre più difficile da sostenere. L'Rc auto è ancora una volta sotto i riflettori. Proprio ora che il baricentro della competizione tra le imprese sembra aver trovato una strada da seguire, spostandosi dal prezzo alla capacità di offrire un valore aggiunto distintivo, irrompono nuove regole e imposizioni, come quella sugli sconti obbligatori, che aggiungono alle imprese un'ulteriore variabile da dover gestire.

TUTTI AUTOMOBILISTI DI PRIMA CLASSE

Le compagnie sentite da *Insurance Review*, tuttavia, ostentano calma. L'atteggiamento è quello di chi vuole vedere nelle novità del legislatore e del regolatore un'occasione per far evolvere il mercato. Ad esempio è molto positiva la valutazione sul nuovo attestato di rischio dinamico definito dall'Ivass. A questo intervento **Generali Italia** guarda con grande favore, spiega **Massimo Monacelli** chief property & casualty and claims officer della compagnia, perché "permette di avere una fotografia più fedele dell'assicurato, consentendoci di valorizzare sia la storia assicurativa del cliente, sia i sinistri pagati al

di fuori del periodo di copertura, cioè quei sinistri che in precedenza restavano in una zona d'ombra e che alimentavano comportamenti di natura speculativa". Anche per **Marco Buccigrossi**, direct business director di **Verti**, l'attestato di rischio dinamico con l'estensione a 10 anni della storia sinistri "è un elemento che darà un vantaggio alle compagnie per selezionare più accuratamente il cliente". C'è però un altro lato della medaglia, e riguarda il provvedimento Ivass sulla classe di merito di conversione universale. "Quei parametri che una volta permettevano di discriminare il cliente oggi riescono a farlo molto meno", spiega Buccigrossi che parla di "un forte schiacciamento sulla prima classe di merito". Facendo un discorso più ampio, avendo a disposizione meno elementi attraverso cui discriminare "c'è il rischio di avere un pricing sempre meno differenziale. E questo, alla lunga, può rappresentare uno svantaggio per il cliente". Anche Monacelli rileva la stessa criticità: "è un'iniziativa per certi aspetti condivisibile ma che tende a schiacciare il potere selettivo delle classi di merito". Per il manager di Generali Italia questo intervento "si propone di tutelare tutti gli assicurati che si trovano nel-

la condizione di accedere a una determinata classe di merito. Ma va a sommarsi agli altri interventi su questa materia (legge Bersani, ndr), e questo schiacciamento verso la classe di merito migliore finisce per vanificare la rilevanza della variabile”. Avere un gran numero di assicurati nelle classi di merito più favorevoli, dunque, andrà a ridurre il potere selettivo. La soluzione che suggerisce Buccigrossi è quella di lavorare sul *data enrichment*, cioè “elaborare una serie di dati e informazioni parallele che ci permettono di discriminare il cliente anche prescindendo dai dati tecnici del veicolo e della sinistralità. In questo contesto è un’arma importante per le compagnie per poter meglio segmentare”.



Massimo Monacelli, chief property & casualty and claims officer di Generali Italia

PIÙ RISULTATI DALLA LOTTA ALLE FRODI

Un aspetto fondamentale dell’impegno quotidiano delle compagnie per il contenimento dei costi è rappresentato dal contrasto alle frodi. Secondo Massimo Monacelli chief property & casualty and claims officer di Generali Italia, l’antifrode negli ultimi anni ha fatto dei passi avanti molto importanti. “Generali Italia – spiega – ha fatto investimenti su tre driver principali: i processi, i sistemi e le persone. Attraverso la tecnologia, un più ampio accesso ai dati, l’*Archivio integrato antifrode*, e l’analisi delle black box, siamo riusciti a essere più efficaci nell’individuazione di sinistri con un’alta probabilità di speculazione”. Anche per Paolo Masini, direttore sinistri di Cattolica Assicurazioni, bisogna “agire con il supporto dell’elettronica, attraverso l’utilizzo di sistemi predittivi e di sistematiche interrogazioni delle banche dati pubbliche”. Gli algoritmi non riescono a scoprire immediatamente la frode “ma possono fornire all’operatore assicurativo quegli elementi che sono tipici di un comportamento fraudolento”. Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni, parla di “passi avanti” grazie alle tecnologie e all’implementazione delle banche dati

che “stanno portando a un livello più alto la prevenzione delle frodi”. Tuttavia, spiega, “i processi messi in piedi sono un po’ troppo elaborati e difficili da poter seguire”. Nonostante il miglioramento nella fraud detection, Marco Buccigrossi, direct business director di Verti, rileva “una crescita dei fenomeni fraudolenti”. Pur ammettendo che “l’attività di contrasto sia migliorata”, bisogna fare di più. “Le compagnie devono per forza di cose integrare con una sofisticazione maggiore la lotta alle frodi e cercare di abbassare il costo medio dei sinistri. Parallelamente alle grandi frodi organizzate – osserva – ce ne sono tantissime piccole sulle quali c’è bisogno di lavorare sull’analisi dei dati usando anche strumenti specifici di identificazione e prevenzione”. Ad ogni modo, dal punto di vista normativo Massimo Monacelli rileva “elementi che spingono nella direzione giusta: ad esempio vedo con molto favore i tanti accordi siglati tra le compagnie e alcune Procure della Repubblica: sono protocolli importanti – conclude – che testimoniano la volontà di instaurare una collaborazione costante e forte”.



Marco Buccigrossi, direct business director di Verti

UNA SCATOLA NERA PIENA DI SCONTI

Anche relativamente alla scatola nera, cui il legislatore ha legato l'imposizione di sconti obbligatori per gli automobilisti che la installano, Buccigrossi ricorda che "rispetto ai tempi della diffusione dei primi dispositivi, quando avere una scatola nera a bordo si rifletteva in un vantaggio di 20 punti di *s/p*, oggi la black box non è più un elemento così discriminante". Monacelli, tuttavia, sostiene che con il livello di maturità che la connected insurance ha raggiunto, parlare di sconti in riferimento alle black box sia limitativo. "La telematica – sottolinea – è un veicolo di servizi: uno strumento di prevenzione dei sinistri e di evoluzione della value proposition per i nostri clienti. Ad esempio nel nostro prodotto *In auto con stile* abbiamo introdotto qualcosa di molto più sofisticato di una logica di sconto tradizionale, perché i clienti che hanno comportamenti di guida virtuosi vengono premiati". Sulla stessa lunghezza d'onda è anche **Paolo Masini**, direttore sinistri di **Cattolica Assicurazioni**, il quale individua nelle mosse dell'Ivass una spinta al cambiamento dell'Rc auto: da commodity a prodotto assicurativo legato a servizi a valore aggiunto. "Nel nuovo

regolamento – spiega Masini – laddove si parla di sconti obbligatori e sconti aggiuntivi, il regolatore ha sottolineato molto l'utilità dei dispositivi elettronici che sempre di più vanno nella direzione di calmierare il premio auto e cercare di dare una diminuzione delle tariffe, e al contempo di erogare dei servizi". La compagnia veronese ha recentemente lanciato un nuovo prodotto connesso, *Active Auto*, che va proprio in questa direzione, fornendo assistenza sul sinistro attraverso il collegamento con la centrale operativa. "Credo che questa sia la nuova tendenza. Cui si somma la spinta ad avere comportamenti virtuosi che vanno a premiare gli assicurati: ad esempio quei meccanismi elettronici che impediscono l'avvio del motore in presenza di tassi alcolemici non conformi alle regole. Questo – sottolinea Masini – serve non solo per limitare i sinistri, ma ha anche una valenza sociale perché consente di evitare incidenti".



Paolo Masini, direttore sinistri di Cattolica Assicurazioni



Gaetano Occorsio, direttore sinistri di Sara Assicurazioni

CONTENIMENTO DEI COSTI DI LIQUIDAZIONE

Il direttore sinistri di Cattolica osserva “un comportamento virtuoso del mercato”. Uno di questi aspetti positivi è rappresentato dall’aumento della velocità di liquidazione. Quindi, evidenzia Masini, “non solo la tariffa è diminuita, ma le compagnie hanno anche migliorato le prestazioni di pagamento dei sinistri”. Secondo **Gaetano Occorsio**, direttore sinistri di **Sara Assicurazioni**, le scelte del legislatore “potrebbero portare dei benefici per le compagnie sul fronte liquidativo” grazie a una corretta applicazione dell’articolo 139 della legge sulla Concorrenza, che stabilisce che le lesioni di lieve entità sono suscettibili di accertamento strumentale obiettivo, senza il quale non ci può essere accertamento di danno biologico. “Se questa norma verrà sempre applicata, così com’è, nei pronunciamenti dei tribunali e della Corte di Cassazione – afferma Occorsio – allora i vantaggi ipotizzati diventeranno reali”.

COSA ASPETTARSI DAL MERCATO

Cosa è possibile attendersi, dunque, dall’Rc auto nel prossimo futuro? Occorsio rileva “un elemento positivo” nel dato sulla frequenza sinistri, che si è stabilizzata. Il direttore sinistri di Sara ritiene che si debba “lavorare sul fronte dei costi, visto che il premio medio è ormai sceso a livelli molto bassi, sotto i quali credo sia difficile andare, a meno che non ci sia un’ulteriore flessione sul costo dei sinistri”. Le stesse criticità le rileva Massimo Monacelli di Generali Italia, il quale però invita ancora una volta a non soffermarsi solo sul premio. “L’Rc auto è uno dei settori in cui il rapporto qualità/prezzo è meno considerato. Ma una situazione di competizione così accentuata – dice – deve spingerci alla massima eccellenza tecnica in tutto ciò che facciamo, attraverso la digitalizzazione dei processi, la prevenzione e il contenimento del costo dei sinistri”. Secondo Paolo Masini di Cattolica il mercato si trova in una fase in cui il premio è piuttosto stabilizzato, e le compagnie “cercheranno sempre di più di inserire nella polizza auto prestazioni di servizio. Occorre far evolvere l’Rc auto dall’essere una commodity, cioè un prodotto differenziato solo sul prezzo, a essere un prodotto apprezzabile per ciò che offre”. Ci sarà quindi sempre più spazio per la tecnologia non solo per la registrazione dei dati, ma anche per offrire un contatto costante con la compagnia, e quindi non solo nel momento del sinistro. L’obiettivo è la prevenzione che, evidenzia Masini, “è la strada migliore per abbassare i prezzi delle polizze”. Dal punto di vista delle compagnie dirette, Marco Buccigrossi di Verti rileva un certo affanno del mercato, “che noi speravamo si muovesse in positivo dall’attuale 7-8% di market share”. Vedendo il bicchiere mezzo pieno, il rallentamento della diminuzione del premio “permetterà di giocare una partita non più basata solo sul prezzo. E in questo – sottolinea – noi ci muoviamo molto comodamente. Questo a mio parere dovrebbe portare a un adeguamento delle tariffe, soprattutto da parte delle compagnie tradizionali che hanno un insieme di spese fisse più alte rispetto a noi dirette, e un maggior movimento di mercato. La partita si giocherà sulla retention che diventa il punto focale: il nodo, degli anni a venire, sarà il servizio al cliente”.