

## ALTROCONSUMO, MA COSA C'ENTRA LA CONCORRENZA?

SECONDO IL PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE DEI CONSUMATORI, PAOLO MARTINELLO, SEBBENE ALCUNE MISURE SULL'RCA SIANO INDUBBIAMENTE POSITIVE, IL RISCHIO DI UN DIRIGISMO STATALE È MOLTO ELEVATO. FORSE SAREBBE STATO MEGLIO FERMARSI UN PO' PRIMA

Gli interventi di legislatore e regolatore sul complesso della Rc auto dimostrano ancora una volta quanto questo limitato settore dell'economia del Paese sia invece il ricettacolo di un coacervo di multipli interessi e, anche, come il metterci mano richiami spesso l'attenzione dell'opinione pubblica sensibile alla prospettiva, sempre gratificante, di spendere meno.

Le ultime novità di cui si sta parlando in queste pagine sembrano però non aver richiamato grande attenzione nei consumatori, al contrario di tante altre occasioni in cui il dibattito è stato decisamente più acceso. Questo perché, probabilmente, si viene da anni di riduzione dei premi che, in minima parte, hanno placato il malcontento delle persone verso la polizza Rca, sempre percepita come una tassa per lo più iniqua.

### IL CALO DEI PREZZI È REALE

“La tendenza generale di una diminuzione del premio medio è evidente ormai da qualche anno, anche se nel 2017 sono cominciati segnali contrastanti”, conferma il presidente di Altroconsumo, l'avvocato **Paolo Martinello**. “Non si può attribuire, quindi, alle ultime misure contenute nella legge sulla concorrenza – continua – il merito del calo dei prezzi, che è più che altro l'effetto

### UNO STRUMENTO PARAMINISTERIALE

**A**ltroconsumo bocchia il preventivatore dell'**Ivass**, un'idea che, pur partendo da intenzioni lodevoli, rischia di essere fuori dal tempo. “Lo strumento proposto dal regolatore – afferma Paolo Martinello, presidente di Altroconsumo – è un altro esempio di come questo settore sia stato spesso liberalizzato sulla carta ma fortemente amministrato nei fatti. Perché mai deve essere l'Authority a dare informazioni commerciali ai consumatori?”, si chiede l'avvocato.

“L'Ivass – continua –, cosa che sta facendo, deve regolamentare e sorvegliare i comparatori che il mercato mette a disposizione. Purtroppo il preventivatore sa tanto di tempo passato, anche perché darà un'informazione scarsamente utilizzabile in senso concreto: oggi un comparatore valido, oltre che fornire informazioni chiare e semplici da capire, deve soprattutto consentire l'acquisto dei prodotti. Per contro, quello di Ivass mi sembra si presenti come un meccanismo molto burocratico”, conclude Martinello.

di una migliore trasparenza sui premi, di un'accentuata mobilità degli assicurati e di una maggior concorrenza tra le compagnie. Più precisamente, ha certamente inciso il successo che la scatola nera ha avuto in alcune zone in cui i premi sono molto elevati”.

Secondo Martinello, esprimere un giudizio ora sulle nuove norme è ancora prematuro, poiché il loro effetto è tutto da verificare. Anche perché alcune misure, in primis quella sugli sconti obbligatori, contengono in sé una duplice natura. “Iniziative di questo tipo – precisa Martinello – non hanno molto a che vedere con la concorrenza, a differenza di quella, per esempio, che aveva eliminato il tacito rinnovo e che noi auspicavamo fosse estesa anche alle polizze danni non auto, a differenza dell'opinione d'impresе e intermediari”.

### COME COSTRUIRE LA TARIFFA

La norma sugli sconti implica una forte regolazione del comportamento delle compagnie, un dirigismo fatto di luci e ombre, che si aggiunge ad altri interventi degli scorsi anni, creando una superfetazione regolamentare dai dubbi effetti. “Però – sottolinea Martinello – hanno senso misure che tendono a limitare gli effetti peggiori di un'eccessiva personalizzazione e localizzazione del rischio: ci può stare che il legislatore ritenga inaccettabile che l'assicurato di Napoli paghi cinque volte il premio di uno di Milano, perché parliamo di un meccanismo che in qualche modo favorisce l'elusione”. Nella visione di



**Paolo Martinello**, presidente di Altroconsumo

Martinello, attraverso la porta dello sconto viene fatto passare un messaggio che forse si poteva comunicare in modo più semplice: “nella costruzione della tariffa non si può tenere conto solo di dati provinciali, ma occorre comunque tenere conto di dati nazionali”.

L'aver regolamentato in modo così esteso il settore, però, porta a meccanismi non sani per la concorrenza. Come ad esempio quando il legislatore e il regolatore intervengono direttamente nel mercato delle polizze con scatola nera, modificandone sostanzialmente le libere dinamiche. “In generale – dice l'avvocato – questo comportamento è il segnale di un settore ancora poco concorrenziale”.

### BENE L'ATTESTATO DI RISCHIO DINAMICO

Pochi dubbi, invece, incontra il tema dell'attestato di rischio dinamico, un'innovazione che potrà essere di sicuro vantaggio per gli assicurati. Secondo Martinello, il fatto di aver regolato meglio tutte le questioni riguardanti la conservazione e la personalizzazione dell'attestato di rischio servirà anche ad aumentare la trasparenza nei comportamenti delle imprese, che non sempre sono state limpide nella classificazione del rischio. “Con l'innovazione dell'attestato di rischio dinamico – spiega – si spera si potranno evitare queste disfunzioni: il rischio che si poteva verificare è che al netto degli sconti, il punto di partenza in una classe di merito errata portasse a una tariffa scorretta. Un ruolo importante, in questo senso, lo svolgerà l'informazione ai consumatori, quindi la palla passa alle associazioni di categoria e agli intermediari”. In definitiva, quello che in questi anni ha reso il settore migliore, secondo Altroconsumo, è stato proprio la maggiore trasparenza in favore dei consumatori: il confronto dei prezzi ha prodotto i risultati apprezzabili, insieme ad assicurati in generale più dinamici. “Se questa tendenza si consoliderà – conclude Martinello – non ci sarà più bisogno di mettere in campo misure amministrative: perché ci sia vera concorrenza occorre fare bene quello che si è iniziato a fare, cioè sempre maggior chiarezza sull'offerta e sulle condizioni contrattuali, rendendo i dati sempre più accessibili ai consumatori che vogliono essere informati e consapevoli”. **F.A.**