

# L'RC AUTO DEL FUTURO

di BENIAMINO MUSTO

LE NUOVE TIPOLOGIE DI MOBILITÀ E I NUOVI MODELLI DI CONSUMO AVRANNO UN SIGNIFICATIVO IMPATTO SULL'APPROCCIO CHE GLI ITALIANI AVRANNO ALLE ASSICURAZIONI. SECONDO GIUSEPPE FRANCO, PRINCIPAL DI BCG, IL PASSAGGIO DALL'ACQUISTO DELL'AUTO A USO PRIVATO, AL LEASING/NOLEGGIO A LUNGO TERMINE APRIRÀ NUOVI SCENARI PER GLI ASSICURATORI



L'Rc auto come l'avevamo conosciuta nei decenni scorsi non tornerà. Anche se ora pare che la caduta del premio medio iniziata nel 2012 sembra essersi temporaneamente arrestata, il settore sarà segnato da cambiamenti profondi, alcuni già avviati e destinati a trasformare radicalmente il business tradizionale.

## ANCORA PIÙ SELEZIONE

Secondo **Giuseppe Franco**, principal di **The Boston Consulting Group** (Bcg), sebbene la profittabilità nell'Rca si sia considerevolmente ridotta, alcuni singoli player, "sono riusciti ad avvantaggiarsi grazie alla capacità di selezionare i clienti con tariffe sempre più sofisticate e selettive". Più in generale, osserva Franco, le compagnie hanno mantenuto invariati i premi, e ora potrebbe esserci una timida crescita. I dati **Ania** riferiti al 2018 mostrano infatti che lo scorso anno, per la prima volta dopo sei anni, il premio medio è leggermente cresciuto (+0,6%). Basterà per dare nuova linfa al settore? "La competizione è sempre più serrata – ri-

corda Franco – perché i margini si sono considerevolmente ridotti. Pertanto ci sarà un'ulteriore spinta nel cercare di fare selezione attraverso l'uso e l'integrazione di dati esterni e di modelli analitici sempre più sofisticati". Parallelamente, diventerà ancora più forte la tendenza a sviluppare la componente di servizi. "I player di maggiori dimensioni – spiega – stanno investendo molto per proporre soluzioni a valore aggiunto, con servizi di assistenza o di *conciergerie*, che sono sempre più diffusi nel resto d'Europa, e che complessivamente andranno a diventare sempre più rilevanti anche in Italia".

## SEMPRE MENO ACQUISTO, SEMPRE PIÙ NOLEGGIO

Il manager di Bcg ritiene che nell'arco dei prossimi tre-cinque anni le compagnie italiane resteranno ancora molto dipendenti dal business auto. Ma su un orizzonte più lungo, tra i 10 e i 20 anni, il riposizionamento a favore dei servizi di assistenza, e dei rami

danni non auto, sarà indispensabile. “Nuovi modelli di consumo avranno un significativo impatto sull’approccio che gli italiani avranno alle assicurazioni. Stiamo assistendo a un passaggio dall’acquisto dell’auto a uso privato, al leasing/noleggio, spesso a lungo termine”. Già oggi circa il 50-55% delle nuove immatricolazioni è composto da veicoli destinati al noleggio. In futuro si acquisteranno sempre meno polizze auto singole, e sempre di più l’assicurazione auto sarà già inclusa nei pacchetti offerti dal noleggiatore. Franco cita il caso della Germania, dove questo trend è già molto diffuso, e dove attualmente circa due terzi delle nuove immatricolazioni è rappresentato da vetture nolleggiate.

### LA FORZA DEI PICCOLI È L’AGILITÀ

I player di medio-piccola dimensione si troveranno sempre più in seria difficoltà se non abbandoneranno l’approccio tradizionale. “Molti continuano a operare con lo stesso modello operativo di 10 anni fa: agente-centrico, con una scontistica non parametrata al rischio, e con una tariffa molto mutualistica”. Secondo l’esperto di Bcg, questi player dovranno riuscire a sfruttare i propri punti di forza: essere più snelli e agili, potersi adeguare rapidamente alle nuove tecnologie liberi dai vincolanti sistemi legacy che spesso appesantiscono le grandi compagnie. “I player medio-piccoli – sottolinea – possono diventare dei *digital attacker*, capaci di conquistare quote di mercato”.

### UN IBRIDO TRA ATTUARI E DATA SCIENTIST

Sul fronte assuntivo si continuerà a far leva sempre sui dati e su modelli analitici evoluti per riuscire a offrire quotazioni puntuali e vicine al rischio: la tendenza, già sperimentata da alcuni player, sarà quella di



Giuseppe Franco, principal di The Boston Consulting Group

### ASPETTANDO L’AUTO AUTONOMA

Quando vedremo circolare sulle nostre strade le driverless car di cui tanto si parla? Secondo Giuseppe Franco, principal di Bcg, “la diffusione dell’auto autonoma dipenderà molto dal contesto normativo, e quindi potrà variare anche da Paese a Paese, e avverrà in modo diverso tra Europa e Stati Uniti”. L’adozione di forme di mobilità autonoma negli Usa è già quasi una realtà nei nuovi veicoli. “In Europa, e in Italia in particolare, ci aspettiamo che dal 2030 ci sarà una porzione significativa di nuovi autoveicoli con livelli di autonomia medi o elevati”. Già oggi però l’effetto dell’automazione e della maggiore sicurezza si vede. “Il livello di sicurezza delle auto – spiega Franco – è progressivamente aumentato. Una fetta considerevole dei veicoli di nuova produzione è dotata di sistemi di automatismo, che già oggi stanno portando da un lato una maggiore sicurezza, cioè meno incidenti, dall’altro costi di riparazione più alti, visto che si tratta di veicoli più sofisticati che quindi costano molto di più da riparare per via della sensoristica. Pertanto, a tendere, ci saranno meno sinistri, ma sinistri che costano di più. E quindi con impatti su tutto il processo di gestione sinistri, che deve diventare necessariamente più efficace e integrato”.

avere delle aree attuariali più ibride, con la presenza di data scientist. Anche nell’ambito sinistri e antifrode saranno ancora i dati a essere l’elemento di maggiore innovazione e cambiamento. “Attraverso i dati – spiega l’esperto di Bcg – le compagnie riescono sempre più, e sempre meglio, a comprendere l’entità del sinistro, a gestirlo in tempi ridotti e a essere più veloci nella liquidazione”. Un altro fronte di evoluzione riguarderà l’efficientamento. “Le assicurazioni sono state un settore storicamente caratterizzato da una forte inerzia, con una struttura di costo sostanzialmente invariata nel corso degli ultimi 20 anni”. Ora invece sempre più player iniziano a puntare sull’automazione e sull’efficienza per essere più competitivi. “Oggi si parla tanto di *Rpa* (robot process automation, ndr): molti player – rivela Franco – stanno investendo per efficientare i propri back office e alleggerire le agenzie dall’attività amministrativa in modo tale che possano liberare tempo e risorse per focalizzarsi sull’attività commerciale”. Le agenzie saranno più grandi, e “dovranno essere in grado di sfruttare la tecnologia piuttosto che rimanerne sommerse”.