

CONTRATTO BASE, FUORI TEMPO MASSIMO?

di GIACOMO CORVI

A GIUGNO, PRATICAMENTE OTTO ANNI DOPO LA SUA INTRODUZIONE, SONO STATE PUBBLICATE LE CONDIZIONI DEL NUOVO STRUMENTO DI COMPARAZIONE DELLE TARIFFE RC AUTO. TROPPO TARDI? PER QUALCUNO SÌ, VISTO CHE IL CONTESTO DI MERCATO È COMPLETAMENTE DIVERSO E L'ECESSIVA ATTENZIONE AL PREZZO PUÒ ESSERE UN MESSAGGIO DISEDUCATIVO

Lo scorso giugno sono state pubblicate in Gazzetta Ufficiale le condizioni del contratto base per l'Rc auto. Un passaggio atteso, visto che il nuovo strumento era stato istituito con il cosiddetto *decreto Sviluppo* nell'ottobre del 2012. Giusto per avere un'idea, quel provvedimento è stato praticamente l'ultimo atto del governo guidato da **Mario Monti**: dopo la sua conversione in legge, avvenuta nel dicembre dello stesso anno, l'esecutivo dell'ex commissario europeo si sarebbe infatti limitato alla sola approvazione della legge di Stabilità. Da allora sono passati otto anni, due legislature, cinque governi e persino una pandemia globale. Tanto, forse troppo tempo. Al punto tale che per qualcuno, come emerso nel corso di una tavola rotonda dedicata proprio al contratto base, il nuovo strumento è arrivato fuori tempo massimo. L'iter del provvedimento, come ha ripercorso **Massimo Greco**, dirigente della divisione *Promozione della concorrenza, semplificazione per le imprese e servizi assicurativi* del **ministero dello Sviluppo economico**, è stato parecchio travagliato. "La disciplina del contratto base risale al 2012 e va inserita in un progetto di parziale riforma del settore assicurativo in materia di contratti e lotta alle frodi", ha affermato. "Nello specifico – ha aggiunto – il provvedimento mirava a garantire ai consumatori una maggiore trasparenza, una semplificazione dei rapporti commerciali e una riduzione del premio assicurativo". A detta di Greco, nonostante tutte le difficoltà, "possiamo oggi vedere in un'ottica diversa il rapporto fra assicurazioni e clienti: questo strumento, anche grazie alle nuove risorse del web, può avvicinare imprese e consumatori".

UNO STRUMENTO DEL SECOLO SCORSO

Non così ottimista si è detto invece **Fabrizio Premuti**, presidente di **Konsumer Italia**. "L'idea di un contratto base per l'Rc auto nasce da un'esigenza che era particolarmente sentita negli anni '90, quando i premi assicurativi erano decisamente elevati, secondo una logica di calmierazione delle tariffe attraverso una puntuale comparazione dell'offerta", ha ricordato. In pratica, ha aggiunto, "il contratto base è uno strumento del secolo scorso". Il provvedimento, a detta di Premuti, è stato di fatto superato dagli eventi. "La situazione oggi è completamente diversa: i prezzi si sono abbassati in maniera piuttosto netta e sono praticamente arrivati sul livello della media europea", ha affermato. Inoltre, un simile strumento rischia oggi di "essere addirittura diseducativo per i consumatori: riportare l'attenzione sul prezzo è del tutto controproducente, soprattutto in un momento in cui si spinge moltissimo per diffondere



Massimo Greco, dirigente della divisione *Promozione della concorrenza, semplificazione per le imprese e servizi assicurativi* del ministero dello Sviluppo economico

la cultura finanziaria e assicurativa fra la popolazione”. Premuti, a tal proposito, ha ricordato che “la polizza Rc auto, a dispetto di quello che si dice di solito, è un prodotto estremamente complicato e deve essere illustrato alla clientela per trovare la soluzione più adatta alle esigenze del singolo assicurato”.

POCHI VANTAGGI PER IL MERCATO

Sulla stessa linea si è posto anche **Alessandro Santoliquido**, amministratore delegato di **Amissima**. “Il contratto base nasce fuori dal tempo e non credo che porterà grandi vantaggi per il mercato”, ha affermato. Innanzitutto perché probabilmente non avrà grossi effetti sulle tariffe. “Come impresa – ha spiegato – possiamo dare ai nostri intermediari una scontistica cumulativa, non tagliata sul singolo contratto: di conseguenza, il contratto base potrà fornire soltanto un’indicazione della scontistica media, non di quella che un cliente può trovare in agenzia”. E poi perché, ha proseguito, porterà “oneri aggiuntivi per gli intermediari senza adeguate opportunità commerciali: molto dipenderà da come verrà strutturato il preventivatore, ma difficilmente sarà possibile creare un sistema in grado di uniformare tutte le clausole aggiuntive”. Secondo Santoliquido, maggiori opportunità verranno invece dall’evoluzione di mercato generata dall’emergenza coronavirus. “Abbiamo la fortuna di essere un settore che può diventare digitale al 100%: le compagnie – ha osservato – lo hanno dimostrato con lo smart working e gli intermediari hanno adottato soluzioni per poter continuare a lavorare a distanza”. Anche la clientela sembra essersi adeguata a questo modello di relazione. E il mercato, a detta del manager, deve proseguire in questa direzione per venire incontro alle nuove esigenze dei consumatori.

SOLTANTO UN TASSELLO

Insomma, tanti dubbi e poche certezze. Greco ha tuttavia invitato la platea ad assumere un punto di vista più ampio. Anche perché, ha osservato, “in passato il mondo assicurativo è sempre stato favorevole all’introduzione di questo strumento”. Il dirigente del mini-



Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer Italia



Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Amissima

UN FUTURO DI POCHE COMPAGNIE

Poche settimane prima del convegno di *Insurance Connect* è arrivata la notizia dell’acquisizione di **Amissima Assicurazioni** da parte di **Talanx**, gruppo tedesco che in Italia controlla **Hdi Assicurazioni**. “Ci aspettiamo che l’approvazione delle autorità regolamentari possa arrivare tra marzo e aprile del prossimo anno”, ha commentato Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Amissima. Secondo il manager, l’operazione rientra “in un più ampio processo di aggregazione delle compagnie danni, dettato da una concorrenza di mercato e da una regolamentazione che rendono difficile la vita alle imprese di medie e piccole dimensioni: non è facile stare sul mercato per una compagnia generalista con meno di un miliardo di euro in premi”. In futuro, secondo Santoliquido, “ci saranno altre operazioni di questo tipo”. Il risultato, ha concluso, è che “ci ritroveremo con appena una decina di gruppi assicurativi, il tutto a discapito della concorrenza di mercato”.

stero ha ricordato che il legislatore ha accolto nel 2017 la richiesta del mercato di poter utilizzare lo strumento per fini commerciali, assicurando che “nella normativa sarà previsto che il contratto base potrà essere consultato anche in fase di vendita nelle agenzie”. Anche sul fronte dell’educazione assicurativa sono arrivate rassicurazioni. “Il contratto base – ha detto – è soltanto una delle tante iniziative che il ministero ha adottato in questi anni: si tratta di un tassello di un più ampio mosaico di misure volte a favorire la diffusione dell’educazione finanziaria e assicurativa fra la popolazione”. Secondo Greco, è necessario che il mercato allarghi lo sguardo. “Tenuto conto dello sviluppo d’impresa e delle iniziative adottate anche per valorizzare il ruolo della consulenza – ha concluso – io vedo in questa misura una situazione win-win, calata in un contesto di iniziative più ampio”.