

VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DELL'AUTOMOTIVE

di MARIA MORO

VEICOLI CONNESSI E DOTATI DI SISTEMI DI SICUREZZA AVANZATI PERMETTONO DI REALIZZARE PRODOTTI ASSICURATIVI BASATI SU PARAMETRI INNOVATIVI QUALI LO STILE DI GUIDA E LA QUALITÀ DEL MEZZO. SOLUZIONI CHE POSSONO ESSERE INTRODOTTE CON MAGGIORE FACILITÀ NELLE FORME DI MOBILITÀ A NOLEGGIO E PRECLUDERE A MODELLI DI COPERTURA ALLARGATI

La mobilità è in evoluzione continua ma il ritmo del cambiamento è oggi difficilmente prevedibile: la pandemia ha determinato un balzo in avanti nelle consuetudini in molti settori. Incluso il trasporto. In questo ambito si assiste a un'accelerazione di quanto stava avvenendo già da alcuni anni, in particolare nelle grandi città, per quanto riguarda le abitudini negli spostamenti: soprattutto tra i giovani urbani l'auto è sempre meno un desiderata in termini di proprietà, piuttosto fa parte di un ecosistema di mobilità che prevede l'utilizzo di differenti mezzi di trasporto a seconda delle esigenze e dei luoghi da raggiungere. Si rafforza la cultura dello *sharing*, che riguarda non solo la condivisione dei beni ma anche la disponibilità dell'utente/consumatore a fornire informazioni personali se finalizzate a un suo vantaggio.

In questo quadro conosciuto l'incognita è ora l'impatto che potranno avere la transizione energetica e le criticità collegate alla crescita dei costi dell'energia: per quanto tempo il modello di business tradizionale nell'automotive resterà prevalente? L'incertezza energetica attuale potrà determinare un'accelerazione rispetto a nuove forme nella fruibilità dei mezzi? Su tutti, la questione dell'energia, la crisi economica e la difficoltà nel reperimento di materie prime e di componenti (i.e. i semiconduttori) hanno un impatto sull'industria automobilistica. Per oggi, il mercato italiano è caratterizzato da un parco auto che ha un'età media

di nove anni e necessiterebbe di essere rinnovato, ma deve fare i conti con gli effetti della crisi economica e la lenta evoluzione verso l'elettrico, ragioni che da sole bastano a bloccare il ricambio (a febbraio '22 le immatricolazioni hanno fatto segnare -22,6%).

L'INTERESSE DEI PRODUTTORI PER UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS

Lo scenario disegnato potrebbe far intravedere una svolta nella mobilità e nuove soluzioni per le coperture assicurative dei veicoli, a partire dalla Rc auto? Le case automobilistiche stanno provando a indirizzare il mercato verso soluzioni alternative alla proprietà, che inducano a sostituire con maggiore frequenza i modelli e nello stesso tempo creino maggiore fidelizzazione: noleggio, *leasing*, *sharing* sono modalità che mettono in moto una serie di opportunità. Tra queste, la possibilità di gestire finanziamenti e coperture assicurative tramite le proprie società captive.

“Il prodotto assicurativo si era già in parte spostato dall'agenzia alla concessionaria auto con le coperture per furto e incendio: a titolo di esempio, il nostro portafoglio registra una penetrazione assicurativa media superiore al 50% per polizze Cvt, assistenza, Cpi sui veicoli venduti in concessionaria con le diverse modalità di finanziamento, leasing o noleggio. Ora lo scenario si sta ulteriormente modificando, perché i produttori stanno cambiando le formule di vendita e puntano



Giuseppe Barbati, direttore generale di Double S Insurance Broker

ad aumentare la frequenza del ricambio dei veicoli; si insegue il modello del Regno Unito, dove l'età media delle auto è di 36 mesi", spiega **Giuseppe Barbati**, direttore generale di **Double S Insurance Broker**, società di brokeraggio che affianca i propri clienti del *motor* nella realizzazione di soluzioni assicurative innovative e personalizzate.

CONSIDERARE NUOVI CRITERI DI VALUTAZIONE

Rientra in questo ragionamento prospettico un confronto con la Rc auto tradizionale, basata su innumerevoli parametri tariffari tra i quali la tipologia di auto, l'età del conducente, la provincia di residenza: "Il mercato attuale e le possibilità offerte dalle tecnologie ci permettono di lavorare con le compagnie per tariffare i rischi auto in maniera non convenzionale e più in linea con le esigenze del cliente e della sua mobilità". La chiave sta proprio nella potenzialità della telematica, oltre che in una differente disponibilità dei clienti: le auto che nascono connesse possono inoltrare i dati raccolti direttamente alla compagnia assicurativa, una pratica che potrebbe risultare gradita ai consumatori, il 65% dei quali si dice disposto a condividere le informazioni sul proprio stile di guida (*Osservatorio Insurtech e Fintech del Politecnico di Milano*).

Si tratta di aspetti che rendono possibile la definizione di un premio assicurativo basato su parametri diversi: il livello tecnologico dell'auto e l'utilizzo che ne viene fatto. Secondo Barbati, "i costruttori chiedono di calibrare il prodotto assicurativo sul tipo di auto e sulla qualità di utilizzo che ne fa il cliente. Su questo aspetto

la telematica viene in aiuto, con auto connesse e dotate di sistemi Adas che inviano informazioni sull'utente e riducono il rischio per l'assicuratore. I sistemi di sicurezza avanzata migliorano la qualità del rischio assicurativo per le compagnie che però non sembrano al momento interessate a valutare questo aspetto per il mercato retail, mentre i noleggiatori, ad esempio, che hanno una durata media del parco veicolare di tre anni, chiedono che questo valore qualitativo venga riconosciuto".

Pensare a un nuovo modello di Rc auto per la mobilità moderna in alcuni casi è già una realtà. Un esempio concreto viene proprio dal confronto tra i premi medi del mercato assicurativo retail e di quello dei noleggiatori a lungo termine: fino a 5-6 anni fa il premio per i noleggiatori era doppio rispetto a quello retail, motivato da un chilometraggio medio notevolmente superiore ai 10-13mila km annui del privato e a una conseguente frequenza sinistri maggiore. Con la diffusione di veicoli a elevata tecnologia i noleggiatori hanno potuto far valere la maggiore sicurezza del loro parco auto, "un miglioramento del rischio che nelle negoziazioni private ha significato una variazione sostanziale nei premi medi, oggi molto più vicini a quelli del retail pur con un chilometraggio che si conferma superiore ma con una sinistrosità che è diminuita. Il ruolo del broker è stato fondamentale nell'orientare la trattativa sulla valutazione del rischio", spiega Barbati.

VERSO UNA PROTEZIONE COMPLESSIVA DELLA MOBILITÀ

Una possibile evoluzione della Rc auto può quindi guardare a due direttrici: un maggiore peso della tecnologia nella valutazione del rischio, anche retail, e la costruzione di prodotti che si orientino alla mobilità in senso allargato, oltre l'uso dell'auto. Se in questo senso molte compagnie si stanno già muovendo (escludendo però la Rc auto, eventualità possibile oggi solo in Australia e in forme sperimentali in alcuni stati Usa), per quanto riguarda la valutazione del rischio individuale, collegato alle tecnologie in dotazione ai veicoli e allo stile di guida del conducente, siamo ancora alle intenzioni: "il motor e l'*insurance* collegata – conclude Barbati – devono evolvere, ma deve esserci qualcuno che apra la strada, che faccia un lavoro approfondito sui numeri e che proponga un approccio diverso: il rischio è che sia un'organizzazione che proviene dall'estero e che deciderà di affrontare il mercato italiano sulla base di soluzioni veramente innovative".