

LUCI E OMBRE DEL CONTRATTO BASE

di GIANCARLO SILVANO

Un provvedimento che introduce una rinnovata relazione con il cliente. Ma anche una nuova sfida per compagnie e intermediari, tra necessità di aumentare la confrontabilità delle offerte, esigenza di trasparenza e polizze da formulare all'insegna della personalizzazione

Il **contratto base Rca** è stato introdotto dal decreto Crescita 2.0 convertito in legge a dicembre 2012. Il decreto contiene un ampio pacchetto di misure volte a favorire "la concorrenza e la tutela del consumatore nel mercato assicurativo". Oltre al contratto base il provvedimento introduce importanti novità come: l'abolizione del tacito rinnovo sulle polizze Rca, l'introduzione di un'area web consultabile da ciascun assicurato (*home insurance*) e la possibile collaborazione tra intermediari. Tutti questi provvedimenti si fondano sul presupposto che, per il legislatore, il mercato assicurativo italiano è ancora troppo *ingessato*, la concorrenza tra le imprese è limitata e i prezzi troppo elevati.

SCELTE SEMPLICI E MAGGIORE CONCORRENZA

In questo contesto, il contratto base Rca nasce con l'obiettivo di creare una polizza con contenuti uguali per ogni compagnia e clausole

minime, quelle necessarie ai fini dell'adempimento dell'obbligo di legge. È chiaro come il desiderio del legislatore sia quello di rendere pienamente confrontabili le offerte presenti sul mercato, in modo da permettere ai consumatori una scelta più semplice e quindi determinare un aumento della concorrenza tra le imprese e della mobilità dei clienti.

Le principali caratteristiche del contratto base, definite dal ministero dello Sviluppo economico nell'ambito dello schema di decreto attuativo, sono:

- **massimale minimo** previsto dalla legge;
- **nessuna franchigia** (copertura completa, clausola bonus/malus);
- **guida libera** (senza limitazioni di guidatore);
- **rivalse limitate** ai casi più gravi o di maggior allarme sociale (guida in stato di ebbrezza o sotto l'effetto di stupefacenti);
- possibilità per l'assicurato di scegliere se installare sul veicolo

un **apparato satellitare** (scatola nera), beneficiando di una riduzione sul premio.

Il contratto base prevede dei contenuti obbligatori e delle clausole aggiuntive opzionabili dal cliente e differenziate per ciascuna impresa. Le clausole aggiuntive riguardano aspetti come la tipologia di guida (libera, esperta ed esclusiva), l'ampliamento della copertura Rca (aumento massimali, limitazione delle rivalse), l'inserimento di coperture accessorie (Incendio, Furto, Cristalli ecc...) ed altre opzioni come il frazionamento del premio e l'obbligo di avvalersi di officine convenzionate.

Inoltre il decreto prevede che, nell'offrire il contratto base, debba essere utilizzato il modello elettronico predisposto dal Mise.

STANDARDIZZAZIONE O PERSONALIZZAZIONE?

Ania, Ivass e le associazioni dei consumatori si stanno ancora confrontando su numerosi elementi

di dettaglio, tutti necessari per la messa a punto del regolamento attuativo. Nel frattempo però le opinioni e i giudizi su questa novità sono diversi e in qualche caso anche divergenti. C'è chi è sicuro che il contratto base permetterà di aumentare la comparabilità delle offerte riducendo i prezzi, mentre molti altri invitano alla prudenza e suggeriscono di considerare ulteriori elementi.

Standardizzare l'offerta vuol dire aumentare la confrontabilità ma anche vanificare tutti gli sforzi che, da anni, le compagnie e gli intermediari hanno fatto per personalizzare le coperture assicurative e permettere quindi ai clienti di scegliere soluzioni su misura. Si pensi, ad esempio, alle *polizze chilometriche* che permettono significativi vantaggi in termini di prezzo e modalità di pagamento. C'è anche chi sostiene che il contratto base, così com'è stato disegnato, non ridurrà la confusione ma piuttosto

rischierà di aumentarla. Fino ad oggi, le campagne pubblicitarie e le iniziative promozionali delle compagnie hanno mostrato ai clienti che la possibilità di personalizzare la polizza avrebbe consentito di risparmiare. Adesso invece sembrerebbe che non avere l'opportunità di personalizzare la copertura equivarrebbe a più semplicità e maggior risparmio.

NON OPPORTUNITÀ MA INSIDIE DI CUI TENER CONTO

Un'altra opinione piuttosto diffusa contesta i presupposti stessi su cui si fondano gli ultimi interventi normativi. Il mercato assicurativo italiano presenta rispetto ad altri Paesi minore mobilità dei clienti e tariffe più elevate; ma è anche vero che negli ultimi anni la mobilità sta aumentando e la competizione tra gli operatori si sta facendo sempre più accesa. Basti pensare, a questo proposi-

to, alle tante campagne pubblicitarie nei vari media (non solo a quelle delle compagnie ma anche a quelle dei così detti aggregatori) o agli sconti, alle convenzioni e alle promozioni, ormai all'ordine del giorno. Senza contare che l'Italia è molto diversa dagli altri Paesi, anche quelli a noi più vicini come Francia e Germania. Si pensi, a questo proposito a dati come la frequenza e il costo medio dei sinistri. Elementi che dovrebbero rappresentare i temi prioritari su cui intervenire.

Qualcuno addirittura sostiene che, se non ci saranno modifiche al testo della legge così come è oggi, il contratto base Rca avrà l'effetto di aumentare i prezzi invece di ridurli. Il riferimento è chiaramente rivolto al tema controverso dell'obbligatorietà della scatola nera e ai relativi costi a carico delle compagnie.

Infine, c'è chi evidenzia il rischio che il contratto base, focalizzando l'attenzione prevalentemente sul prezzo, porti i clienti a sottovalutare l'importanza delle clausole aggiuntive opzionali, delle coperture complementari all'Rca e del servizio offerto. Favorendo in questo modo anche la disintermediazione del comparto.

Si apre quindi una nuova doppia sfida per le compagnie e per gli intermediari, da una parte la necessità di aumentare trasparenza e competitività, e dall'altra il bisogno che si consolidi il valore sociale del proprio ruolo. Obiettivo che si raggiunge anche facendo crescere la cultura assicurativa dei clienti.

CONTRATTO BASE



nuova **RELAZIONE**
con il **CLIENTE**

confronto **POLIZZE**

