

RC AUTO, TUTELARE IL VALORE DELLE BLACK BOX E DELLE INIZIATIVE COMMERCIALI

Un comparto che nel 2022 ha assistito a un aumento del 3% del premio medio, dopo dieci anni di cali ininterrotti pari a - 36%, e il cui equilibrio risulta compromesso, bisognoso di norme efficaci e urgenti.

Il dibattito sulla riforma dell'Rc auto resta aperto laddove le imprese sollecitano una maggiore attenzione nell'intervenire su meccanismi come il bonus/malus che oggi, per poter parlare di reale capacità di differenziazione, necessita di un più ampio ventaglio di parametri, dalla storia dei sinistri fino alla distinzione tra sinistri con danni a cose e sinistri anche con danno a persone.

Il sistema del risarcimento diretto, tra riflessioni sulla revisione del forfait e sull'introduzione di rimborsi a piè di lista, è un percorso da cui non si può tornare indietro e presenta sì distorsioni, ma anche meccanismi di compensazione e molti fronti per incidere sul costo dei sinistri (che, ricordiamo, ha un legame sempre più stretto con la gestione delle riserve tecniche delle compagnie). Ma, anche in fatto di risarcimento diretto, serve la capacità e la volontà di tutti i protagonisti di individuare un giusto equilibrio nella ricerca di correttivi.

Al di là delle norme e dei regolamenti, in particolare nell'Rc auto gli ambiti di intervento sono ben noti alle compagnie. Tecnologie, razionalizzazione dei modelli organizzativi e dei processi, qualità del servizio e generazione di economie di scala sono da sempre fattori che devono trasformarsi in tratti distintivi e competitività tra i diversi attori del mercato. In pochi anni però lo scenario si è popolato di nuovi competitor, ha imposto al settore assicurativo di fare i conti con l'inflazione, di confrontarsi con l'evoluzione delle esigenze del cliente e con le nuove frontiere della mobilità. E così le strategie delle compagnie hanno puntato sulla realizzazione di ecosistemi, l'adozione di tecnologie sempre più evolute, l'apertura al mondo delle insurtech e a partnership capaci di favorire l'integrazione dei servizi, le sinergie nel rapporto con la clientela, la diffusione delle coperture.

Trasversale a tutte queste attività è l'utilizzo dei dati e dell'intelligenza artificiale per conoscere i trend di mercato, sviluppare strategie di pricing, personalizzare l'offerta senza mai perdere di vista il concetto di mutualità, migliorando la gestione dei sinistri e anche l'attività antifrode.

Proprio sul valore dei dati si distingue il contributo delle black box, una storia di successo per il nostro paese, un modello di innovazione e fonte di sviluppo di tante iniziative strategiche, commerciali, organizzative.

Non stupisce quindi il fatto che sulla possibilità di introdurre una "portabilità soft" delle scatole nere, come anticipato da Ivass, ci sia una levata di scudi da parte del settore: il timore è disperdere un valore industriale conquistato attraverso ingenti investimenti e progetti sviluppati in anni di lavoro. Dello stesso tenore sono le reazioni sul monitoraggio dei prezzi dell'Rc auto e degli sconti commerciali, vale a dire in particolare su quelle azioni di controllo che Ivass sta svolgendo sulla base delle discrepanze riscontrate grazie al Preventivass.

L'utilizzo delle black box e il rapporto tra prezzi dichiarati e sconti commerciali, importanti leve su cui si gioca la concorrenza nell'Rc auto, si profilano così, per i prossimi mesi, come i nodi più delicati da sciogliere nel dibattito con Ivass. Che, come viene sempre evidenziato con vigore, ha tra le sue mission anche quella di agire a favore della stabilità e della tenuta del sistema assicurativo, di cui l'Rc auto continua a rappresentare una colonna portante.



Maria Rosa Alaggio
alaggio@insuranceconnect.it