

# COSA CAMBIA con IL CONTRASSEGNO ELETTRONICO

*L'eliminazione del tagliando cartaceo avrà un impatto significativo sulle dinamiche del settore assicurativo, richiamando le compagnie alla massima attenzione nel garantire un puntuale aggiornamento delle banche dati. Per gli intermediari resta il rischio di indebolimento dell'interazione con il cliente*

di **ANNATERESA MEMOLA**  
e **ANNASTELLA MINNAJA**  
D'Argenio Polizzi e Associati Studio Legale

**Dopo tanto parlare, nelle scorse settimane si è realizzato l'addio al contrassegno dell'assicurazione in materia di Rc auto. Dal 18 ottobre non vi è più l'obbligo di esporre sul parabrezza della propria auto il tagliando cartaceo a tutti familiare, che indicava che il veicolo fosse assicurato.**

Diverse le finalità sottese a un cambiamento che, se all'apparenza si limita a sostituire la carta con banche dati che consentiranno il controllo dei veicoli in base alla targa, avrà in realtà un impatto ben più significativo sulle dinamiche del mondo assicurativo. Si tratta innanzitutto di una disciplina che è oggetto del dm 110/2013,

emanato in attuazione dell'articolo 31 del dl *Liberalizzazioni* 1/2012. Siamo quindi in presenza di un ulteriore passo verso la progressiva dematerializzazione, che ha già interessato l'attestato di rischio con il regolamento Ivass 9/2015. Questa misura dovrebbe rappresentare altresì un importante contributo alla lotta alle frodi assicurative, che in base ai dati diffusi da **Ania** si attestano su cifre allarmanti.

Per meglio comprendere la portata della novità ci si consenta un breve cenno alla storia del contrassegno.

La prima legge in cui si riscontrava la presenza dell'obbligo di esporre il contrassegno sul veicolo è la 990/1969

(Assicurazione obbligatoria della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli a motore e dei natanti) la quale all'articolo 7, *Contrassegno e certificato di assicurazione* prevedeva l'obbligo di applicare sul veicolo il contrassegno, che l'assicuratore era tenuto a consegnare all'assicura-

to, con indicazione della sua firma, del numero della targa di riconoscimento, nonché della scadenza del periodo di assicurazione. Tale legge è stata successivamente abrogata dall'art. 354 del d. lgs 209/2005 o *Codice delle assicurazioni private (Cap)*. Attualmente la disciplina del contrassegno è dettata dall'articolo 127 del Cap, nonché dal regio-



© Christian Müller - Fotolia.com



lamento Isvap 13/2008 che ne definisce le caratteristiche e le modalità di rilascio, anche se, naturalmente, tali disposizioni si dovranno leggere d'ora in avanti considerando le novità.

### **Più incisività contro le frodi**

Come si anticipava, si è oggi giunti all'attuazione delle misure previste dall'articolo 3 del dm 110/2013 che preannunciano cambiamenti anche in termini di mercato assicurativo nel ramo Rc auto, in parte ridisegnando i ruoli rispettiva-

mente delle compagnie e degli intermediari.

Dapprima, le novità permettono di evidenziare un ruolo di maggiore evidenza delle imprese di assicurazione nella lotta alle frodi assicurative, in sinergia con le Forze dell'ordine e la *Motorizzazione civile*. Le compagnie assicurative avranno l'obbligo di inserire in un'unica banca dati elettronica, creata *ad hoc* dalla *Motorizzazione civile*, tutte le informazioni riportate negli attestati di rischio. Conseguentemente, l'unico strumento di identificazione e accertamento anti frode sarà realizzato mediante la lettura della targa.

In tal senso, alcune tra le principali compagnie stanno già predisponendo strumenti informatici, quali ad esempio App o *database* consultabili pubblicamente, fatti salvi i profili di tutela della privacy, che consentiranno di conoscere esattamente e in tempo reale chi è in regola con l'assicurazione Rc auto e chi no.

### **Progressiva riduzione del contatto diretto con il cliente**

Questa attività, meramente digitale, se inizialmente potrebbe creare problemi puramente tecnici nell'inserimento dei dati, di contro, consente di costituire un *bacino informatico* con tutte le informazioni sugli assicurati, riducendo

di gran lunga il rischio di smarrimento dei documenti cartacei. L'opera di creazione delle banche dati vede coinvolte sia le compagnie sia gli intermediari che collaboreranno alla trasmissione delle informazioni. Quali saranno quindi i principali esiti delle novità in termini di rapporto tra gli assicurati e gli intermediari?

Nonostante non vi sia alcuna intenzione escludente nei confronti degli intermediari, è evidente che a farne le spese potrebbe essere l'interazione con gli assicurati. E ciò, soprattutto nel ramo Rc auto, che rispetto ad altri consente, per numeri e obbligatorietà, una diffusione capillare dei contratti.

Per effetto delle modifiche, si andrà presumibilmente incontro a una progressiva riduzione del contatto diretto, personalizzato e a volte confidenziale tra intermediari assicurativi e clienti.

### **Nuove frontiere di azione per gli intermediari**

Sarà quindi necessario per gli intermediari rafforzare con altri mezzi e iniziative la relazione con il cliente, per non perderla del tutto in una sorta di *smaterializzazione del rapporto*. Ci si chiede di indicare, anche sotto il profilo giuridico quali possano essere i possibili *nuovi strumenti di contatto*:

senz'altro una prima risposta è quella di potenziare quei canali che l'attuale normativa offre, anche sfruttando i profili di innovazione che l'odierno contesto operativo valorizza in seguito all'entrata in vigore del regolamento Ivass n. 8/2015.

Sarà quindi possibile favorire il consolidamento dell'incontro con il cliente, ad esempio, in occasione dell'offerta delle informazioni relative alla comunicazione di cui all'articolo 3 del regolamento Isvap 4/2006, in cui, l'intermediario, concordandolo con le imprese, potrebbe valorizzare gli aspetti relazionali nel contesto delle indicazioni relative al rinnovo della garanzia (fornite appunto non direttamente ma per il tramite di intermediari). In aggiunta, compito dell'intermediario che intende puntare sulla fidelizzazione del cliente potrebbe essere quello di instaurare relazioni sempre più orientate alla specializzazione della consulenza e del servizio forniti secondo i più recenti *trend* oggetto del nuovo atteso testo della direttiva europea *ladd* (ad esempio tramite l'offerta di occasioni di approfondimento/formazione assicurativa del cliente, realizzate dall'intermediario con newsletter o eventi ad hoc, e/o rendendo l'agenzia un luogo sempre più di incontro anche in una prospettiva *sociale*).