

# STRATEGIE PER LA SOSTENIBILITÀ FUTURA

NONOSTANTE I BUONI RISULTATI DELLE COMPAGNIE, IL RIALZO DEI PREZZI POTREBBE ESSERE ALLE PORTE. SUL PREMIO MEDIO NON SI POTRÀ SCENDERE PIÙ DI COSÌ SENZA UNA REVISIONE DEI RISARCIMENTI E UN UTILIZZO PIÙ ESTENSIVO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI. IMPRESE E CONSUMATORI, PER UNA VOLTA, POTREBBERO ESSERE DALLA STESSA PARTE

Il 2015, secondo molti player del settore, potrebbe segnare l'inversione del ciclo positivo di abbattimento di prezzi e crescita degli utili per le compagnie: la crisi economica, il calo della frequenza, un parco auto vecchio e in diminuzione potrebbero quindi non bastare a bilanciare il *loss ratio* del settore che già quest'anno si alzerà, secondo **Ania**, di due o tre punti percentuali. Problemi in vista, quindi, ma a differenza di altri tempi, oggi sembra avvenuto un cambiamento reale che sta conducendo le imprese a posizionarsi in modo diverso sul mercato. Il settore si sta muovendo non solo sulla spinta legislativa: la componente prezzo, nonostante la riduzione degli ultimi anni, è ancora troppo condizionante, anche se le compagnie stanno cercando di conciliare riduzione delle tariffe con servizi a valore aggiunto per fidelizzare il cliente. I tempi sono maturi per agire verso la clientela, che attende un rinnovamento reale.

## L'EROSIONE DEI MARGINI

È stata la stessa associazione delle imprese che, durante la prima tavola rotonda del convegno, *Ripensare l'Rc auto*, ha introdotto il quadro in cui si sta muovendo l'industria del rischio. Numeri alla mano, le compagnie stanno ancora guadagnando dall'auto: "l'utile netto del ramo danni - ha argomentato **Rossella Sebastiani**, responsabile area normativa e direzione auto



**Fabrizio Premuti**, presidente di *Konsumer Italia* e **Rossella Sebastiani**, responsabile area normativa e direzione auto di *Ania*

## COMPAGNIE E CONSUMATORI DALLA STESSA PARTE

L'argomento è più che mai spinoso e l'immobilismo attorno alla questione delle tabelle sulle macrolesioni rende ancor più difficile poterci ragionare; ma, secondo Fabrizio Premuti, presidente di Konsumer Italia, il problema è anche che né le compagnie né i consumatori sono riusciti a fare lobby sull'argomento, nonostante, ha ricordato Fabio Sattler, vice direttore generale di Allianz Italia, "entrambe le parti siano andate unite dal legislatore".

Le tabelle nazionali sono "un'esigenza condivisa dal lontano 2001 - ha affermato Premuti - e questo è il momento per spingere ancora di più sulla loro approvazione; perché oggi, con il calo dei prezzi delle polizze, compagnie e consumatori stanno insieme dalla stessa parte. Ma domani, quando le tariffe torneranno a salire, le posizioni si divaricheranno nuovamente".

Oggi c'è ancora il tempo, quindi, per lavorare insieme. Come si sta facendo con la conciliazione paritetica, che impegna compagnie e clienti a trovare una soluzione alternativa alle controversie. "In Italia - ha ricordato Sattler - vi sono 230 mila cause del tutto strumentali: è necessario trovare meccanismi per dissuadere il contenzioso, per esempio attraverso sconti sul premio di polizza per chi sottoscrive l'impegno a ricorrere alla conciliazione paritetica, in caso di controversie".

di Ania - nei primi sei mesi del 2014 si è attestato a 2,2 miliardi di euro e ci attendiamo 3,8 miliardi alla fine dell'anno (erano stati 3,1 al 2013, ndr)". Ma il trend di riduzione della raccolta, che viaggia al ritmo del -7% (-15 miliardi di euro), l'aumento del costo medio dei sinistri e la stabilizzazione della frequenza (circa 6%) sono fattori che lasciano intravedere i primi segnali di inversione del ciclo. "In tutti i mercati maturi - ha ricordato Sebastiani - il ciclo economico dell'Rc auto dura tre o quattro anni, ecco perché noi ci attendiamo risultati ancora positivi, in linea con quelli del 2012, ma in progressiva erosione". D'altra parte, una riduzione di 50 euro in due anni del prezzo medio della polizza (da 450 a 400 euro) rappresenta un ritmo difficilmente sostenibile, se non arriveranno a breve quegli interventi strutturali sul costo dei risarcimenti che potrebbero ulteriormente far calare i prezzi e regolare il settore.

## PERFORMANCE ED EFFICIENZA

Dal punto di vista legislativo e normativo qualcosa è già cambiato: un esempio è la recente sentenza della Consulta che ha di fatto chiuso il capitolo dei contenziosi sulle lesioni lievi, mentre restano le contraddizioni sul costo delle liquidazioni per le macrolesioni. Come ha sottolineato recentemente anche **Ivass**, nello studio che mette a confronto l'Italia con Francia, Germania, Spagna e Regno Unito: il nostro Paese è risultato sempre fuori media in un senso o nell'altro.





(da sinistra) **Giovanna Gigliotti**, direttore sinistri di UnipolSai e **Fabio Sattler**, vice direttore generale di Allianz Italia



**Renzo Baffi**, responsabile fondi di garanzia di Consap

Tuttavia **UnipolSai** e **Allianz**, le imprese invitate alla tavola rotonda, rivendicano il fatto di essersi mosse prima del legislatore e aver attuato politiche di efficienza e *performance*. “In un contesto di mercato più stabile – ha spiegato **Giovanna Gigliotti**, direttore sinistri di UnipolSai –, per essere competitivi è necessario puntare sui costi e sulla *value proposition*. Penso che sul fronte del calo dei prezzi si sia arrivato al limite: per questo dobbiamo essere sempre più efficienti. UnipolSai gestisce ormai il danno a cose in forma specifica, canalizzando le riparazioni e gestendo gli acquisti internamente”. Bologna, in questo modo, sfrutta i grandi numeri attuando economie di scala e insieme mette in pratica azioni di *retention* della clientela, attraverso la centralizzazione e il controllo dei servizi. Il punto centrale, tuttavia, sembra proprio essere quel-

lo dei risarcimenti: “l’andamento del mercato Rc auto – ha sottolineato **Fabio Sattler**, vice direttore generale della compagnia tedesca in Italia – disegna una curva perfetta da ormai 20 anni. Il mix danni/risarcimenti è ancora superiore alla media europea per le lesioni oltre il 9% di invalidità e l’Ivass lo ha rilevato solo qualche giorno fa. È essenziale, quindi, l’emanazione delle tabelle nazionali che quantifichino i risarcimenti”. Poi c’è tutto il capitolo del digital e più in generale della tecnologia al servizio dell’efficienza. Con la dematerializzazione dei documenti, che entro l’anno prossimo dovrebbe finalmente vedere la luce, l’Ania ha ricordato l’intenzione di voler superare il meccanismo classico del *bonus/malus*, sempre più disfunzionale in un mercato che, attraverso la tecnologia e l’analisi dei dati, è in grado di andare oltre il sistema vigente.

## UNA BLACK BOX IN SINTONIA CON I CLIENTI

In questo discorso si inserisce tutto il tema della scatola nera, che a breve potrà arricchirsi di nuove funzionalità, non solo per le politiche di *pricing*, ma anche per il controllo della sicurezza, in ottica sociale e pubblicitaria. Ne sono convinti Gigliotti di UnipolSai, ma anche **Fabrizio Premuti**, presidente di **Konsumer Italia**. “La sicurezza del singolo – ha detto la manager di UnipolSai – è la sicurezza della collettività: oltre tre milioni di auto senza polizza sono un grande tema sociale, non un problema della lobby degli assicuratori”. Per Premuti, la scatola nera deve essere soprattutto “un supporto per la sicurezza delle persone, che sappia mettersi in relazione con le esigenze reali dei consumatori, e non solo una tecnologia che misuri le attitudini di guida e la propensione alla frode”. Tutto ciò che può rendere il sistema più efficiente, meno costoso e più sicuro, va quindi nella direzione giusta, come ha chiosato **Renzo Baffi**, responsabile fondi di garanzia di **Consap**, che ha ribadito l’impegno della concessionaria pubblica di servizi assicurativi nell’agevolazione delle normative emanate dal regolatore, e ha ricordato la partecipazione all’*Archivio integrato antifrode*, che sarà a regime a partire dal prossimo anno. **FA.**