

## RAMO AUTO

## La Rca del futuro: rivoluzione digitale ma anche organizzativa

Archivio antifrode, nuovi processi automatici per le agenzie e autovelox in grado di segnalare le coperture non valide. Ma anche più vendita diretta e calo dell'intermediazione tradizionale. Sono queste le innovazioni che, in breve tempo, cambieranno il comparto principale dell'attività assicurativa.



Paolo Vinci è avvocato e docente di Diritto sanitario all'università Milano-Bicocca.

**D**a qualche anno, si parla della digitalizzazione delle polizze auto, operazione radicale che prevede principalmente il contrasto alle truffe assicurative e la creazione di un archivio antifrode, con i dati dei veicoli incidentati e l'introduzione di vari strumenti: la nota "scatola nera", il contrassegno digitalizzato e autovelox in grado di identificare Rca non valide, e non solo gli eccessi di velocità.

All'Ivass il compito di segnalare, sia alle autorità, sia alle compagnie interessate, le anomalie elaborate e riscontrate dall'archivio dati. L'obiettivo è quello di ridurre e minimizzare rischi e costi. Accanto a questi strumenti, si studiano progetti spesso fantasiosi, ma più vicini alla realtà di quanto si possa immaginare. Il riferimento è a quei dispositivi, ancora in fase di sperimentazione, che consentiranno di acquisire i dati del conducente e dell'automobile e fissarli su una smart card, collegata alla centralina del veicolo e in grado di interagirvi.

Le applicazioni pratiche riguarderanno il monitoraggio della velocità dell'auto, la chiamata automatica dei soccorsi in caso di sinistro, l'impossibilità di rimuovere il blocco dell'automobile derivante da eventuali tentativi di aggirare le regole. Gli utenti non dovrebbero più sottostare a condizioni come l'età, il genere, nonché la regione o la provincia di residenza, e ne ricaveranno soltanto benefici. Tradotto in parole povere, gli uti-

lizzatori di questi dispositivi dovrebbero aver diritto a premi assicurativi minimi.

In ogni caso, tutto dovrebbe passare, prima di tutto, dalla digitalizzazione dei prodotti Rca. E da altre profonde innovazioni: quella normativo-contrattuale e quella che riguarda l'assetto organizzativo delle compagnie. Come, per esempio, le misure che prevedono la durata massima di un anno delle polizze e l'eliminazione del tacito rinnovo. Oppure l'impegno, da parte delle assicurazioni, a presentare ai propri clienti il "contratto base Rca", articolato secondo classi di merito e tipologie di veicolo, indicando i casi di riduzione del premio e di ampliamento della copertura applicabili allo stesso contratto base.

**Ma la riduzione dei costi dovrebbe passare anche dalla profonda riorganizzazione strutturale** della rete di vendita delle polizze. L'intermediazione assicurativa del (prossimo) futuro vede sicuramente meno agenzie, ma di dimensioni maggiori. Il numero degli agenti è ormai in declino da molti anni. Secondo i dati forniti dall'Ivass, che si occupa di gestire anche il Rui, negli ultimi anni il numero degli iscritti nella sezione A è diminuito di quasi il 10%. Un calo certamente maggiore nell'Italia meridionale, ma che si registra in quasi tutto il paese. I motivi sono soprattutto legati alle riorganizzazioni aziendali, ai dissesti di alcune com-

pagnie, ad accorpamenti di agenzie, alle revoche di mandati e soprattutto agli ormai alti costi di gestione della singola agenzia.

Inevitabilmente, questo dato farà in modo che la dimensione media delle agenzie possa gradualmente aumentare per effetto della maggiore concentrazione del mercato assicurativo in mano a un numero minore di compagnie e alla riduzione del numero dei marchi assicurativi storici. La maggiore dimensione, con le economie di scala che comporta, aiuterà comunque a sostenere gli elevati costi amministrativi e burocratici delle singole agenzie, la cui efficienza e redditività, in ogni caso, potranno trarre beneficio dagli investimenti in nuove tecnologie. Investimenti fondamentali soprattutto per le agenzie del nord e del centro Italia, dove i costi della vita e del lavoro sono più alti.

Si tratta di introdurre una vera e propria "tecnologia di prossimità", da affiancare alle scatole nere e alle banche dati antifrode. Si tratta, cioè, di adottare un insieme di strumenti che consentiranno agli agenti e ai loro collaboratori di concludere contratti tramite tablet, semplificando molto la gestione amministrativa e contabile. La digitalizzazione dei processi di agenzia e amministrativi dei subagenti, unita alla dematerializzazione dei documenti e delle polizze, ridurrà il carico dei processi gestionali, consentendo agli intermediari di recuperare tempo per l'attività commerciale. Ciò ridimensionerà in modo considerevole il ruolo delle singole agenzie,

che dovranno trasformarsi sempre di più in centri servizi per la rete di appartenenza.

Tanto più che sempre meno Rca auto viene venduta tramite il canale agenziale. Negli ultimi anni, la rete tradizionale ha perso in media una quota di mercato pari a quasi il 2% ogni anno. Mentre, negli ultimi anni, si registra una considerevole crescita media annua del canale rappresentato dalla vendita diretta.

**In altre parole, in futuro, la distribuzione passerà sempre meno dal canale delle agenzie tradizionali, a causa dell'aumento del numero delle compagnie on line e di una maggiore diffusione dei comparatori, che già da ora si stanno organizzando con reti commerciali anche sul territorio. Inevitabilmente, conteranno poco i brand e molto di più i prezzi praticati. E il turnover dei clienti potrebbe accentuarsi molto.**

Nell'immediato, le compagnie assicurative sono dunque chiamate a dover investire, e molto, in tecnologia. Lo chiede un mercato soggetto a un cambiamento profondo e radicale. Lo pretendono gli automobilisti, perché sanno che da tutto ciò può finalmente derivare, per loro, il risparmio tanto atteso.

Per questo motivo, ogni previsione sul futuro del settore dipenderà dagli strumenti che verranno introdotti e dalle decisioni, strettamente collegate al loro impiego, che le compagnie decideranno di adottare nei confronti dei consumatori. ■