

MERCATO

Rc auto, una questione scientifica

Il tema della responsabilità civile automobilistica entra di prepotenza nelle case degli italiani come un costo talvolta insostenibile. Ma per capire i suoi meccanismi profondi è necessario diffondere cultura a livello accademico

Da tema per addetti ai lavori, il mondo della Rc auto sta entrando ormai sempre di più nel dibattito pubblico, al pari delle evoluzioni politiche, delle dispute sindacali e dei rincari delle tariffe delle utilities. Ed è proprio sul tema dei rincari che, vista la rilevanza sociale del fenomeno assicurativo, le discussioni si infiammano maggiormente. Sempre più di frequente, i programmi televisivi di approfondimento ospitano esponenti delle compagnie a confronto con associazioni dei consumatori e politici. Raramente però si riesce davvero ad aggredire il problema.

L'Ania ha più volte rivendicato, per quest'anno (da settembre 2012 a marzo 2013), un calo delle tariffe medie dell'Rca pari al 4,5%, con una buona prospettiva in questo senso per la fine dell'anno, specificando però che questo decremento non si deve alle politiche dei governi (se non solamente per una piccola parte), ma al calo della frequenza sinistri e alla crisi economica, che costringe molte auto ferme nei garage. La crisi, però, ha anche acuito il fenomeno della non assicurazione, che coinvolge il 9% delle auto, il 15% delle moto e il 17% dei furgoni, secondo gli ultimi dati dell'Aci. Un problema sociale che ricade su tutta la comunità.



LE ATTIVITÀ DELL'OSSERVATORIO

Per trattare questi temi con piglio scientifico e con l'obiettivo di approfondire tutte le questioni, la **Fondazione nazionale Cinzia Dabrassi**, all'interno della propria attività dell'**Osservatorio nazionale Rc auto**, è impegnata su più fronti: a partire da un volume, intitolato *La responsabilità civile automobilistica. Strategie, innovazione e normativa nei modelli di offerta*, edito da FrancoAngeli, che la professoressa Cinzia Dabrassi, recentemente scomparsa, e il professor **Paolo Prandi**, hanno curato insieme a un ciclo di conferenze di presentazione, ultima delle quali svoltasi presso l'Università degli Studi di Brescia.

Interessante è il taglio che l'associazione dà alla trattazione del discorso, e che parte dall'esperienza professionale di Cinzia Dabrassi: come visiting professor presso il *finance department* dell'Università di Wharton a Philadelphia si è occupata di un tema allora innovativo, le asimmetrie informative applicate al discorso assicurativo.

L'Osservatorio nazionale Rc Auto, da allora, ha avuto la capacità e la credibilità di coinvolgere le istituzioni nazionali di riferimento: a partire dal **ministero dello Sviluppo economico**, l'Ania e la **Consap**.

ALLA RICERCA DI SOLUZIONI INNOVATIVE

"L'Rc auto - come ha detto Paolo Prandi al direttore di questo giornale, **Maria Rosa Alaggio**, che ha anche coordinato la tavola rotonda dell'incontro di Brescia - è un universo molto complicato perché intreccia vari ambiti: affrontarlo da punti di vista diversi arricchisce di soluzioni innovative".

(continua a pag.2)



**Seguici anche su
Facebook alla
pagina di
Insurance Connect
e su Twitter
@insurancetrade**

La responsabilità civile automobilistica

Strategie, innovazione e normativa nei modelli di offerta

a cura di
Cinzia Dabrassi e Paolo Prandi

Fondazione Nazionale Cinzia Dabrassi



FrancoAngeli
OSSERVATORIO R.C. AUTO

(continua da pag. 1)

Ed è stata appunto la tavola rotonda a riflettere questa necessaria molteplicità di approcci. Seduti al tavolo del dibattito c'erano **Giovanni Calabrò** per l'**Antitrust**, **Antonio Ferronato** per il **Cncu** (Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti), **Paolo Panarelli**, direttore generale di Consap e **Massimo Treffiletti**, responsabile dell'*area sinistri* dell'Ania.

Il tema centrale, però, riguarda quello che si pensa di poter fare affinché il cittadino sia tutelato con una polizza dal giusto prezzo. Il consumatore ha davvero possibilità di scelta in questo sistema di concorrenza?

SINISTRI E FRODI, MA NON SOLO

È l'Ania a puntare l'attenzione su un indicatore: in Italia il numero di sinistri è doppio rispetto alla Francia, a parità di veicoli circolanti. A questo si aggiunge il numero dei feriti, che, per i cugini d'Oltralpe si ferma a 200 mila l'anno, mentre nel nostro Paese supera il milione.

Molto si può e si deve fare, ma attraverso un processo lungo. Altro problema sono le note differenze territoriali, per cui l'assicurato di Napoli non è considerato come quello della Valle d'Aosta; a cui si somma l'alto numero di frodi, tra compagnie fantasma, tagliandi clonati, falsi incidenti, danni gonfiati.

Di questo fenomeno si dà un giudizio molto disinvolto, secondo l'Ania, e non solo in Italia. In Germania, il 20% degli assicurati crede che frodare le assicurazioni non sia un crimine, mentre il 44% ammette di aver partecipato a una frode assicurativa nei Paesi Bassi. Infine in Danimarca, oltre che il 40% dichiara di conoscere almeno una persona che ha perpetrato una frode.

LE ASSIMMETRIE INFORMATIVE ANCORA UN OSTACOLO

Paolo Panarelli ha sottolineato però come, attraverso Consap, la concessionaria di servizi assicurativi pubblici, che fa riferimento a una fitta serie di dati, si capisca quanto il meccanismo del risarcimento diretto abbia permesso una maggiore efficienza del sistema assicurativo, rendendo più veloce la liquidazione di sinistri e contribuendo a rallentare il rialzo delle tariffe Rc auto. Aspetto non irrilevante in un contesto come il nostro, in cui l'assicurazione auto è pensata alla stregua di una tassa.

Quali sono quindi le nuove mosse che le compagnie devono fare? Due restano i temi di fondo: il mercato deve trovare il prezzo giusto per ogni rischio. E qui entra in gioco anche il legislatore: compito delle istituzioni è assicurare la trasparenza che permette la giusta analisi costi/benefici. Poi c'è l'eccesso di regole, senza un reale controllo della loro efficienza. Tutto questo si inserisce in altri costi d'impresa, nel contesto di un sistema assicurativo in cui i confronti danno risultati modesti.

NON LASCIARE SOLO IL CONSUMATORE

Dal punto di vista del consumatore, non è certo che questi abbia tutti gli elementi per capire e andare a cercare il meglio. Spesso si trova in difficoltà nel meccanismo di valutazione. L'ideale sarebbe superare il concetto di costo medio di mercato, e spostarsi sul parametro della qualità. La strada potrebbe passare per la rete, per internet. Ampliando e semplificando la scelta si potrebbe scatenare un mercato a oggi piuttosto stagnante, in un panorama in cui poche grandi compagnie rappresentano l'80% del mercato.

Il rischio, che tutti gli attori del mercato dovrebbero però evitare, è che il cliente non sia messo nelle condizioni di usare il mondo digitale come un'opportunità, ma lasciato a se stesso in un'area a rischio, dove proliferano offerte di dubbio valore.

Fabrizio Aurilia