

Compagnie e broker critici su sconti

Per **Ania** si tratta di un'occasione persa per ridurre i costi

■ Se l'Authority promuove il Ddl, **Ania** si dice insoddisfatta. «Si tratta di un'occasione mancata per migliorare il settore Rc Auto — spiega Mauro Montagnini, direttore generale dell'Associazione delle compagnie assicurative —. Debole il contrasto alle frodi: sono state quasi tutte stralciate le norme di contrasto previste in un primo momento; una piaga che pesa sui prezzi delle polizze. Anche sul fronte delle macrolesioni si sta andando in direzione diversa rispetto a quanto stabilito dalla Corte di Cassazione che aveva sancito l'unicità del danno non patrimoniale (che quindi dovrebbe ricomprendere al suo interno tutte le figure di danno alla persona). Per non parlare poi degli sconti garantiti che sono in contrasto con il principio di libertà tariffaria sancito dalle normative europee.

Insomma, si tratta di una serie di interventi che rischiano di imbrigliare un mercato in piena evoluzione. Inoltre, scelta sbagliata quella di abolire il tacito rinnovo per le polizze danni non auto.

Anziché favorire la concorrenza, si sottrae ai clienti assicurati un'importante protezione, ad esempio per le polizze malattia, e si introducono *ex novo* inutili attività di rinegoziazione dei contratti che comportano spreco di tempo e inutili costi attualmente non previsti».

Meno critica la voce dei broker di assicurazione «Il ddl Concorrenza si muove verso una logica di massima trasparenza e, a mio modo di vedere, in linea di principio ciò implica sempre una connotazione positiva —, spiega Luca Franzì presidente Aiba, la principale associazione italiana dei broker —. In particolare, la restrizione nell'uso delle prove testimoniali, con

identificazione dei testimoni contestualmente alla denuncia, è una misura che era attesa per una efficace azione di contrasto alla piaga dei falsi testimoni. Restano però delle perplessità circa l'efficacia dell'imposizione normativa di sconti sulle polizze Rc Auto ai clienti e sulle loro modalità di applicazione».

Un mercato che si stava già muovendo in autonomia senza imposizioni di sorta che tra l'altro potrebbero portare a difficoltà applicative: si pensi alla portabilità della scatoletta nera e ai costi di questi strumenti che la legge pone a carico delle compagnie (che chiaramente si rifaranno in qualche modo sul consumatore).

Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio Auto di Aiba l'Italia è il Paese europeo con il più alto numero di scatole nere installate sulle auto e la percentuale più alta è proprio al Sud. Oltre 4,5 milioni le scatole nere sui veicoli italiani. Il 16,2% dei contratti stipulati nel secondo trimestre 2016, sono polizze con *black box*, con punte del 47,2% nella provincia di Caserta e del 41,4% in quella di Napoli. Personalizzazione e riconoscibilità di servizi, sistemi di controllo e tariffe comportamentali che tengono conto dello stile di guida in linea con il codice della strada sono le novità introdotte nelle polizze con *black box*.

Se in teoria l'obiettivo di favorire gli sconti sulle polizze Rc Auto è condivisibile, non si capisce, secondo gli osservatori, quanto debba essere la riduzione e come debba essere applicata, visto che non esiste una tariffa fissa e che tutte le agenzie dispongono di un monte sconti elevato. Le acquisizioni di nuovi clienti e i rinnovi dei clienti in portafoglio sono condizionati in misura considerevole dagli sconti che gli intermediari possono concedere in autonomia.

Nel 2016, per esempio, lo sconto medio applicato ai prezzi di listino per acquisire un nuovo cliente è stato del 19,6%, mentre lo sconto medio per i rinnovi è stato del 17 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

