



PRIMO PIANO

RC AUTO

## La black box da polso

Ora che Apple Watch è diventato realtà, presentato ieri nell'evento di San Francisco, l'azienda di Cupertino può entrare nel mercato dell'intermediazione: anche quella assicurativa. Un'idea che stuzzica da tempo la Mela, se è vero che, proprio in vista del lancio del suo orologio intelligente, Apple sta cercando di chiudere con le assicurazioni, soprattutto in territorio Usa, accordi di partnership. Secondo quanto scrive Bloomberg, Apple potrebbe sfruttare la sua posizione di intermediario per comunicare alle compagnie assicurative informazioni sulla salute di chi indossa lo smartwatch: a questo punto le imprese avranno a disposizione una quantità di dati amplissima per adeguare il pricing e le condizioni delle polizze sanitarie. Una prospettiva che un po' spaventa e un po' attrae il mercato assicurativo: attraverso HealthKit, l'app che presto sarà disponibile con il lancio del nuovo sistema operativo iOS 8, i principali parametri fisici, calorie bruciate nell'arco della giornata, attività fisica e stile di vita saranno a disposizione di chi sarà pronto a investire nei business della telemedicina e del benessere psico-fisico. Insomma, una sorta di black box per il corpo umano.

Fabrizio Aurilia

## Polizze care, veicoli fantasma

**Ancora alti i costi dei premi, soprattutto per i neopatentati e per chi vive al Sud. In aumento gli autoveicoli senza assicurazione, le polizze low cost e quelle contraffatte. Questi i risultati, presentati ieri a Roma, a conclusione del progetto RCeAsy, promosso da Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva e Ctcu, da cui emerge la necessità di fare rete tra gli attori del sistema**

La spesa annuale media Rc auto si aggira sui 600 euro, con particolare aggravio per chi guida da poco, che spende il 338% in più rispetto a un guidatore adulto. Parallelamente si segnala l'aumento dei veicoli *fantasma* ovvero circolanti senza assicurazione (che, a oggi, sono 4 milioni) e il crescente fenomeno delle polizze *low cost* e di quelle contraffatte, che non danno alcuna copertura assicurativa con il rischio del sequestro del mezzo e di una sanzione pecuniaria. È quanto emerge dal progetto *RCeAsy*, finanziato dal **Cncu - ministero dello Sviluppo Economico**, con l'obiettivo di incrementare il livello di conoscenza dei consumatori sull'Rc auto, favorire la consapevolezza delle nuove opportunità derivanti dai cambiamenti introdotti con le riforme del settore, monitorandone l'impatto e sensibilizzare sul fronte della prevenzione della sinistrosità, con azioni mirate in particolare verso i giovani.



“Secondo la ricerca - spiega **Tina Napoli**, responsabile delle politiche dei consumatori di **Cittadinanzattiva** - il valore medio delle tariffe ha registrato un calo per gli adulti: da 661 a 604 euro, mentre per i neopatentati il valore è passato da 2.828 a 2.651 euro (in casi limite arrivano anche a 6mila euro, al Sud, contro i 1.119 di Aosta). La chiave di lettura - osserva - è di certo la riduzione dell'incidentalità, data soprattutto dalla considerevole riduzione dei veicoli in circolazione: per effetto della crisi, sempre più cittadini si orientano sull'utilizzo di mezzi pubblici o condividono il mezzo privato. Secondo i dati **Ania**, nel 2013, il numero dei veicoli assicurati è in riduzione del 2,5% rispetto al 2012. Quindi la riduzione delle tariffe non è strutturale, ma conseguenza della crisi”.

Altro dato interessante riguarda le differenze territoriali: l'importo delle tariffe Rc auto è più elevato al Sud (in media, un neopatentato spende 2.893 euro e un automobilista adulto 713 euro), mentre al Nord le tariffe sono rispettivamente 2.388 euro, per un giovane e 492 euro, per un adulto. In particolare, le province più care sono Napoli, Caserta, Taranto e Brindisi, quelle meno care Bolzano, Aosta, Verbania e Cuneo. “Vi è un'Italia a due velocità - conferma **Andrea Di Palma**, segretario nazionale **Adiconsum** - laddove il Sud è fortemente penalizzato, mentre il Nord è avvantaggiato. Continuano a dirci che, negli ultimi cinque anni, le tariffe sono calate, tralasciando, però, il fatto che nei quindici anni precedenti sono aumentate di cinque o sei volte”.

### IN AUMENTO I VEICOLI FANTASMA

Ad allarmare è il preoccupante aumento dei veicoli circolanti non assicurati: da un'inchiesta di qualche mese fa de Il Sole 24 Ore sono ben quattro milioni su tutto il territorio nazionale. “Auspichiamo - sottolinea Tina Napoli - di poter registrare nella prossima annualità una maggiore riduzione dei premi, in linea con quella dei sinistri. Questo conterrebbe il preoccupante dato sui numeri, sempre più alti, di veicoli in circolazione senza copertura assicurativa”.

(continua a pag.2)



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



(continua da pag. 1) Tra le proposte avanzate dalle associazioni dei consumatori per invertire questa tendenza, l'incremento delle scatole nere che, come sottolinea **Lamberto Santini**, presidente dell'**Adoc**, contribuiscono al monitoraggio dei veicoli. Apripista in questo senso, il comune di Ciampino, sede di un progetto pilota che prevede l'utilizzo delle scatole nere per individuare le irregolarità".

Altra proposta riguarda la circolazione nelle autostrade. "Preoccupante - osserva Santini - è il fenomeno delle targhe straniere che, secondo il *Codice della strada*, non possono essere controllate né fermate. Noi ci batteremo affinché la normativa sia uguale per tutti anche in autostrada: chiediamo controlli, sanzioni e strumenti tecnici".

### IL CONFRONTO CON L'EUROPA

Penalizzante anche il confronto con l'Europa: secondo l'**Antitrust**, il premio medio italiano è più del doppio di quello pagato in Francia e Portogallo, supera dell'80% quello tedesco e del 70% quello olandese. "L'assicurazione è un peso enorme per le famiglie italiane - ribadisce il presidente dell'Adoc - laddove, l'impatto dell'Rc auto sul reddito si attesta al 3,2% su base annua, mentre in Europa, l'impatto è solo dell'1,8%. È evidente che i cittadini sono fortemente penalizzati, anche in luce del fatto che manca una valida alternativa all'utilizzo della macchina, tanto che circa il 70% dei lavoratori e degli studenti è costretto a prendere l'auto per spostarsi".

L'impegno delle associazioni dei consumatori resta alto. Molte le azioni svolte e quelle previste su vari fronti. Innanzitutto, spiega Di Palma, "andrebbe ripreso l'art.8 del decreto *Destinazione Italia*, che conteneva alcuni elementi che avrebbero consentito la riduzione dei premi, quali gli incentivi per chi ricorre a scatole nere e carrozzerie convenzionate".

### DALL'ANTIFRODE ALLA CONCILIAZIONE

Secondo Di Palma, inoltre, occorre "mettere in piedi un vero sistema antifrode, integrando i dati di Comuni (telecamere nei centri storici), **AcI**, **Ivass** e **Ania**. Altro elemento che va discusso riguarda i risarcimenti per le vittime della strada, "che in Italia superano di gran lunga quelli europei, incidendo in modo significativo sui premi. E poi - aggiunge - va incrementato lo strumento della conciliazione paritetica gratuita che, senza aggravio di costi legali e con tempi molto ridotti (30/40 giorni contro un anno nel caso di ricorso a un legale), tutela l'assicurato, fornendo una maggiore trasparenza. Esiste già un accordo con l'Ania, ma sembra manchi la volontà reale di incrementare questo strumento. Una strada potrebbe essere l'obbligatorietà".

Di diverso avviso la rappresentante di Cittadinanzattiva. "Dobbiamo adoperarci innanzitutto per far capire alle compagnie e alle istituzioni che lo strumento della conciliazione conviene perché abbate i costi interni, e poi per fare in modo che qualche grande attore smuova le acque aprendo la strada ad altri. Inoltre, utilizzare questo strumento crea una maggiore consapevolezza nel consumatore, che percepisce una tutela e una trasparenza maggiore senza essere costretto a demandare tutto all'agente. La conciliazione è un altro tassello del mosaico che può contribuire a incidere positivamente sulle tariffe".

Al di là degli strumenti da adottare, emerge un chiaro segnale: bisogna fare sinergia. "Mancano - avverte Di Palma - tavoli di confronto fra le compagnie, i consumatori e le istituzioni; è necessario fare rete per mettere ordine alla questione Rc auto".

A insistere su questo punto anche l'Adoc. "Quello delle tariffe - conclude Santini - rappresenta un'emergenza per questo Paese, e speriamo anche per questo governo: chiediamo la collaborazione effettiva di tutti gli attori del sistema per rompere il muro del non dialogo".

Laura Servidio



**PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY",  
IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO,  
ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO [WWW.INSURANCETRADE.IT](http://WWW.INSURANCETRADE.IT)**

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



## Come si diventa “parafanghista”?

**Continua in questa seconda parte il lungo pezzo pubblicato ieri su ciò che spinse l'avvocato Gennaro Giannini a dedicarsi al diritto civile: una serie di aneddoti divertenti che disegnano un mondo forense molto diverso da quello di oggi**

### (PARTE SECONDA)

“Di un altro pretore si sapeva che aveva il vizio del gioco delle carte e che trascorrevva quasi tutte le sere, sino a notte inoltrata, al tavolo da poker. Al mattino si presentava intabarrato nella toga, il volto pallido reso impenetrabile da un paio di occhiali scuri, proprio del tipo di quelli usati dai giocatori di azzardo. Se nella notte precedente aveva vinto, qualsiasi cosa accadesse in aula, al termine del dibattimento diceva: *il pretore assolve*; se invece aveva perso, il verdetto era inevitabilmente: ‘il pretore condanna’. La formula dell’assoluzione o l’entità della pena si sarebbero poi conosciute in cancelleria.



Ma la goccia che fece traboccare il vaso capitò una mattina, quando un nuovo pretore arrivò con la toga e la facciola – ossia quel pezzo di tela bianca portato davanti, chiamato anche bavaglino – leggermente allentata, in modo da mostrare una cravatta farfalla.

Anch’io ero e sono appassionato delle cravatte a farfalla – con il nodo fatto rigorosamente a mano! – per una ragione sentimentale. Mio padre è vissuto fra le due guerre mondiali, e quindi è appartenuto a quella sfortunata generazione che trascorse la vita più in divisa che in borghese, dovendo sempre difendere i destini della patria in qualche parte del mondo. Mio padre l’ho conosciuto pochissimo: fu tra i primi prigionieri di guerra a essere rimpatriati, perché malato, e morì nel 1946. Nelle poche fotografie in cui era in borghese aveva le ghette e il farfallino e questa è la ragione della mia preferenza per le cravatte di quel tipo.

All’epoca in cui accaddero i fatti che sto narrando – gli ultimi anni cinquanta – la cravatta a farfalla non era più di moda. La si vedeva portata raramente da qualche stravagante, per lo più architetto o artista.

Quella mattina dunque facevo il difensore d’ufficio con toga e farfallino; arrivò il pretore, con la sua toga e il suo farfallino. Fu questione di un attimo: ci guardammo negli occhi e ci riconoscemmo come appartenenti a una minoranza disprezzata e forse vilipesa.

Ci sentimmo come due affiliati alla Carboneria in epoca risorgimentale o peggio, come due ebrei in fuga nella Germania nazista.

Per farla breve, quella mattina tutti – dico tutti – gli imputati da me difesi vennero assolti per insufficienza di prove, ivi compreso un poveraccio che era stato sorpreso dai finanzieri con le mani nel sacco, e cioè mentre trasportava sigarette di contrabbando.

Eh no, mi dissi, basta! Se quella mattina non avessi avuto la cravatta a farfalla, più di un mio cliente sarebbe stato condannato; e che l’esito di un processo penale – sia pure di quart’ordine, come quelli dei quali mi occupavo – dipendesse da fattori imprevedibili e banali, come il tipo di abbigliamento del difensore, mi parve una cosa mostruosa e intollerabile e decisi di passare al civile.

Li almeno la difesa è prevalentemente scritta – pensavo – *verba volant, scripta manent*, e certi terni al lotto non sono possibili. Sia detto per inciso, anche questa era una grande illusione giovanile. È vero che in civile non ci sono i terni al lotto del penale, ma la lotteria forense continua su altri temi e per altri aspetti, perché la giustizia umana è sempre soggettiva e imperfetta”.

E così accadde che l’avvocato Gennaro Giannini portò la sua (immancabile) cravatta a farfalla in giro per le aule civili del Palazzaccio, divenendo uno degli avvocati più apprezzati e amati da colleghi e magistrati, mantenendo alta la bandiera del diritto e dei diritti delle persone, specie di quelle meno fortunate.

Ma a chi per sorte ebbe la fortuna di poterlo conoscere, di assorbirne la linfa del suo sapere giuridico e comprendere, suo tramite, il valore civile e sociale del *fare l’avvocato*, resta vivido il ricordo, leggendone oggi le aspirazioni giovanili, del suo sorriso

e del suo sguardo, sempre assorbiti nella stessa immutata convinzione che la Giustizia si possa e si debba scrivere sempre con la “G” maiuscola.



**Filippo Martini,  
Studio Mrv**

*(La prima parte dell’articolo è stata pubblicata su Insurance Daily di martedì 9 settembre)*



## Specializzazione, qualità e servizio

**Azienda specializzata nella gestione delle prestazioni odontoiatriche per compagnie di assicurazione, fondi sanitari, casse di assistenza e collettivi aziendali, la spagnola Ade è intenzionata a crescere nel mercato italiano, forte di un approccio che in patria si è rivelato di successo**

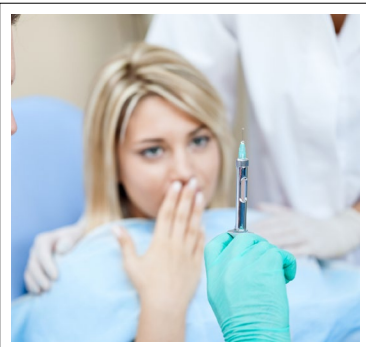
Un'offerta specializzata per intercettare un ambito in cui le famiglie italiane sono ancora molto poco protette: le cure odontoiatriche. È questa la filosofia di **Ade** (Assistenza dentale europea), azienda di origine spagnola che in patria è tra i principali player nella gestione specializzata dei servizi odontoiatrici per compagnie di assicurazione, fondi sanitari, casse di assistenza e collettivi aziendali. Presente da qualche anno nel nostro Paese, Ade intende rafforzare la presenza sul mercato italiano, forte della propria esperienza di successo in Spagna, dove è attiva da 26 anni e dove gestisce e coordina un'ampia rete di strutture odontoiatriche e radiologiche. A *Insurance Daily*, il direttore generale di Ade Italia, **Riccardo Pasotti**, spiega in che modo l'azienda intende crescere nel nostro mercato.

### **Qual è la situazione attuale del mercato italiano delle coperture sanitarie odontoiatriche?**

Per quanto riguarda l'ambito delle coperture sanitarie in generale, il mercato italiano è molto indietro. Solo una piccola quota di lavoratori dipendenti è coperto da forme integrative, mentre per i lavoratori autonomi le percentuali sono davvero minime. Sul fronte del lavoro dipendente le aziende si limitano a offrire quanto previsto nei Ccnl, investendo sempre meno risorse economiche e dunque pagando il minimo previsto. Sul fronte del mercato libero, oggi comprare una polizza sanitaria è un acquisto di quarto o quinto livello: i consumatori pensano per prima cosa ad assicurare l'auto, poi la casa, poi la propria professione: se poi avanzano dei soldi, eventualmente sottoscrivono anche una polizza sanitaria per il proprio nucleo familiare.

### **In questo scenario, qual è la chiave interpretativa attraverso cui secondo voi è possibile operare e crescere?**

Nel mercato attuale le prestazioni odontoiatriche sono erogate solo congiuntamente a contratti assicurativi di alto livello, a completamento di altre prestazioni, e ciò le rende non accessibile a tutti. Inoltre, le polizze sono in genere molto costose, anche se alcune compagnie in questo momento stanno provando a dare una risposta attraverso prodotti a basso costo, concentrandosi su prestazioni ridotte.



Secondo il nostro punto di vista, la strada da seguire è quella di spaccettare le prestazioni, in modo tale che il cliente possa acquistare solo ciò che gli serve. Questo però presuppone che anche gli operatori si specializzino e si organizzano nel saper gestire e vendere dei pacchetti specifici.

### **Quali sono le principali caratteristiche della vostra offerta?**

Noi non offriamo un prodotto di rimborso assicurativo. Il nostro servizio nasce andando a concordare direttamente con gli odontoiatri quali sono le prestazioni che possono essere offerte, alcune delle quali in forma gratuita, a chi sottoscrive una polizza, a fronte di una spesa di ingresso di 100 euro all'anno. Questa combinazione prezzo/prestazione, secondo noi, va incontro a una platea di utenza molto ampia. Oltre a offrire alcune prestazioni gratuite, abbiamo un tariffario predefinito per ciascuna prestazione, uguale in tutta Italia per tutti i dentisti. In questo modo la compagnia di assicurazione può sapere in anticipo quale sarà l'importo del rimborso, e di conseguenza potrà calcolare un premio più contenuto per l'utenza.

### **Come e con quali player del mercato assicurativo italiano operate attualmente?**

In Italia collaboriamo sia con compagnie assicurative come Axa e Genialloyd, sia con diversi broker di primaria importanza, tra cui Aon e Marsh. Inoltre lavoriamo anche con i fondi sanitari, che sono interessati ad aumentare la quota di prestazioni odontoiatriche che vengono fornite ai loro utenti.

### **Su quali leve intendete puntare per crescere ulteriormente sul terreno delle convenzioni?**

Il convenzionamento standard rischia di diventare prevalentemente una mera faccenda di sconto. La nostra interpretazione del convenzionamento, invece, vuole puntare sul servizio e sulla qualità offerta. Siamo la prima azienda del settore odontoiatrico che ha ottenuto l'attestato Iso: attualmente abbiamo la certificazione per la *Gestione ed erogazione di assicurazioni e servizi odontoiatri* secondo i requisiti stabiliti dalla norma ISO9001:2008. Ci sono dei parametri che sono certificati a seconda di varie tipologie di caratteristiche, un po' come avviene con le stelle degli hotel: al di sotto di un certo punteggio il dentista non è convenzionato, e ciò garantisce all'utenza un fattore minimo di qualità.

**Beniamino Musto**

### **Insurance Daily**

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl, Via Montepulciano 21, 20124 Milano 02.36768000 [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)  
Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 10 settembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it)  
Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012