

RC Auto 2026: Eccellenza Tecnica e Crescita Sostenibile Dati e AI per il vantaggio competitivo

Marzo 2026

Indice

Executive Summary	4
1. Dinamiche e Caratteristiche del Mercato RC Auto Italiano	5
2. L'Eccellenza Tecnica come Fattore Determinante	7
2.1. Case study CRIF: Score E-mail	8
2.2. Case study CRIF: Score Eventi Atmosferici	9
3. Strategia CRIF per le Compagnie	10

Executive Summary

Il mercato italiano dell'assicurazione RC Auto presenta una marcata eterogeneità nei risultati tecnici, con una netta polarizzazione della redditività tra gli operatori.

Il **Combined Ratio (CR)** aggregato del settore si mantiene a livelli critici (circa il 100,2% nel 2024), determinato da una dicotomia tra un terzo delle compagnie che detiene il 70% dei premi e opera in profitto e i restanti due terzi in perdita tecnica.

La differenza non è attribuibile all'efficienza operativa (Expense Ratio), ma all'**eccellenza tecnica nella valutazione e gestione del rischio (Loss Ratio)**.

L'adozione di Data Science, AI e l'integrazione di variabili predittive avanzate rappresentano la traiettoria fondamentale per la creazione di valore sostenibile per le compagnie.

1. Dinamiche e Caratteristiche del Mercato RC Auto Italiano

Il segmento RC Auto è un mercato maturo, con un volume premi rilevante (circa 13 miliardi di euro nel 2024), sottoposto a un'intensa pressione competitiva, con fluttuazioni inflattive e un costante rischio di antiselezione.

Il Combined Ratio del segmento è stato pari nel 2024 a 100,2%, quindi in terreno leggermente negativo, con un Loss Ratio attestato a 79,9%.

Le metriche aggregate non riflettono tuttavia appieno la reale condizione di mercato.

Un'analisi disaggregata su 35 compagnie, che rappresentano sostanzialmente la totalità dei premi del lavoro diretto italiano, evidenzia chiaramente un quadro con vinti e vincitori, con un divario importante di circa 13 punti percentuali nel **Combined Ratio** tra i due gruppi.

Tale differenza è interamente imputabile al **Loss Ratio**, mentre l'Expense Ratio si mantiene comparabile, suggerendo che la differenziazione competitiva risieda primariamente nella capacità di **pricing** e **selezione del rischio** (Tabella 1).

Tabella 1 – Performance tecniche dei due cluster di compagnie

CLUSTER DI COMPAGNIE	NUMEROSITÀ %	QUOTA % MERCATO (PREMI)	COMBINED RATIO MEDIO	LOSS RATIO MEDIO
"CLUSTER VINCENTI" 11 Compagnie	31%	69%	96,00%	75,40%
"CLUSTER PERDENTI" 24 Compagnie	69%	31%	109,10%	89,30%
DIFFERENZIALE TECNICO	-	-	> 13 Punti	> 13 Punti

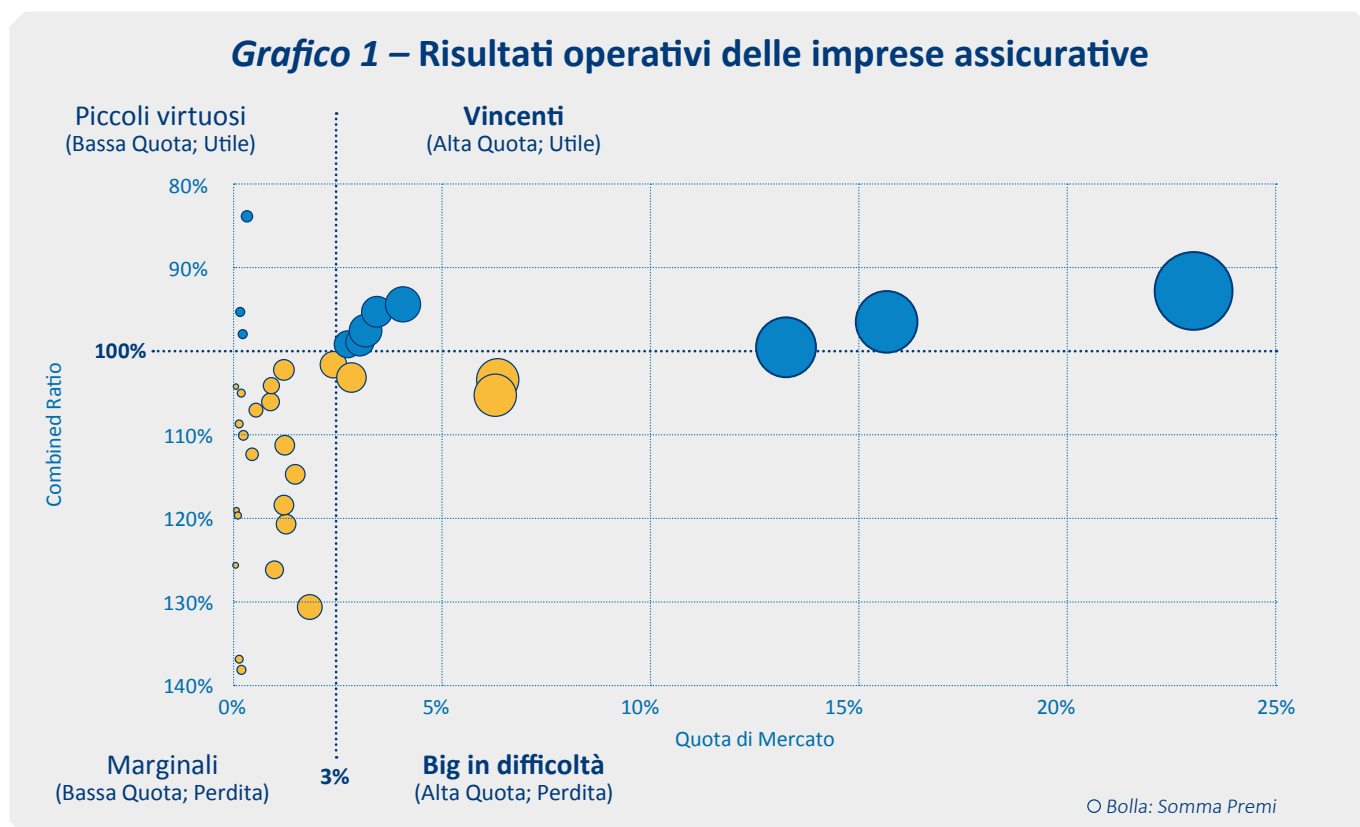
Incrociando la **Performance Tecnica (Combined Ratio)** e la **Dimensione (Quota di Mercato)** delle 35 compagnie, emerge chiaramente come **la dimensione giochi un ruolo determinante nel decretare il successo o la fragilità di un'impresa**. La soglia del 3% di quota di mercato sembra fungere da spartiacque per i risultati operativi delle imprese assicurative (*Grafico 1*).

Da un lato, **le realtà più piccole, che si collocano sotto soglia, mostrano nella maggior parte dei casi un Combined Ratio superiore al 100%**, segnale di una gestione tecnica che fatica a trovare equilibrio, probabilmente a causa di una massa critica di clienti (e dati) insufficiente per analizzare correttamente i rischi e risorse limitate da investire nella sofisticazione tecnica.

Tuttavia, si osservano anche eccezioni virtuose: piccole compagnie “di nicchia” che riescono a mantenere un’ottima redditività grazie a una buona selezione del rischio.

Dall’altro lato, **le imprese assicurative di grandi dimensioni, con una quota di mercato superiore al 3%, si posizionano quasi sistematicamente nel quadrante con l’andamento tecnico migliore**.

Questi leader beneficiano della ricchezza informativa connessa a una vasta base dati clienti e sono **più strutturate e propense all’investimento nella ricerca e sviluppo per la valutazione del rischio**.



2. L'Eccellenza Tecnica come Fattore Determinante

Il successo nel mercato RC Auto odierno è strettamente legato alla capacità di sfruttare l'enorme e crescente disponibilità di dati interni ed esterni alla compagnia.

Nell'esperienza di CRIF, da anni a fianco delle compagnie alla ricerca dell'eccellenza tecnica, per trasformare le informazioni grezze in *analytics* predittivi le compagnie devono oggi combinare potenza computazionale delle macchine ed evoluzione della data science.

L'affinamento del *pricing* richiede la valutazione e il test di centinaia di nuove variabili fra le quali selezionare quelle più promettenti, da integrare poi nei modelli tariffari per migliorare la lettura del rischio o nei modelli di scontistica per ottimizzare retention e conversion.

Fra le nuove variabili, particolarmente **promettente è l'analisi degli aspetti di tipo soggettivo e comportamentale dell'assicurato**, che si dimostrano significativamente correlati allo specifico rischio RC Auto, anche se non direttamente riferiti alla sfera assicurativa.

Arcinoto è l'esempio relativo al **"merito creditizio"** di un individuo, che rappresenta un potente predittore della frequenza e della gravità dei sinistri. Studi attuariali consolidati dimostrano infatti che una gestione rigorosa delle proprie finanze riflette spesso una **forma mentis prudente** che si traduce in una guida più responsabile e ad un minor ricorso in atteggiamenti speculativi. Per questo motivo le variabili creditizie sono da tempo ampiamente utilizzate in tutti i sistemi assicurativi avanzati, Italia compresa, con un **impatto positivo sul Loss Ratio che l'esperienza di CRIF ha consentito di quantificare nell'ordine di diversi punti percentuali.**

Se la correlazione tra "merito creditizio" e sinistrosità è il caso più conosciuto, esistono altre variabili comportamentali meno note, ma altrettanto significative dal punto assicurativo.

2.1. Case study CRIF: Score E-mail

L'analisi su dati storici di un pool di compagnie evidenzia una correlazione tra la struttura dell'indirizzo e-mail e la sinistrosità.

Un esempio interessante è rappresentato dalle caratteristiche dell'indirizzo e-mail del cliente, elemento su cui CRIF ha predisposto uno specifico score di rischio. L'email rappresenta in questo caso una sorta di identità virtuale scelta dall'assicurato, che ne rivela tratti di personalità connessi alla propensione al rischio (non solo RC Auto).

Indirizzi che seguono pattern standard (es. nome, cognome) sono scelti da soggetti trasparenti che mostrano statisticamente una maggiore prudenza

alla guida, mentre pattern destrutturati o casuali segnalano in generale una propensione al rischio più elevata e atteggiamenti border line.

L'adozione di questo score nel pricing comporta una capacità predittiva aggiuntiva con un **miglioramento del Loss Ratio attorno ai 2 punti percentuali**. Questo dimostra come elementi di comportamento digitale possano essere indicatori trasversali dell'attitudine del soggetto nella gestione del rischio.

L'identità virtuale e l'attitudine al rischio: lo Score E-Mail

L'algorithmo valuta il grado di affidabilità assicurativa dall'analisi testuale dell'indirizzo e-mail

Caso 1

✉ vittoria.rossi87@***.com

👤 RSSVTR87A66XXXX*

- ✓ Presenti **nome e cognome**
- ✓ Nome e cognome **scanditi da punteggiatura**
- ✓ Numeri **collegati** alla data di nascita
- ✓ Dominio mail utilizzato tipicamente come **account e-mail principale**

Vittoria Rossi
ALTA AFFIDABILITÀ



Caso 2

✉ cicciorock0021@***.it

👤 BNCMTT88E12XXXX*

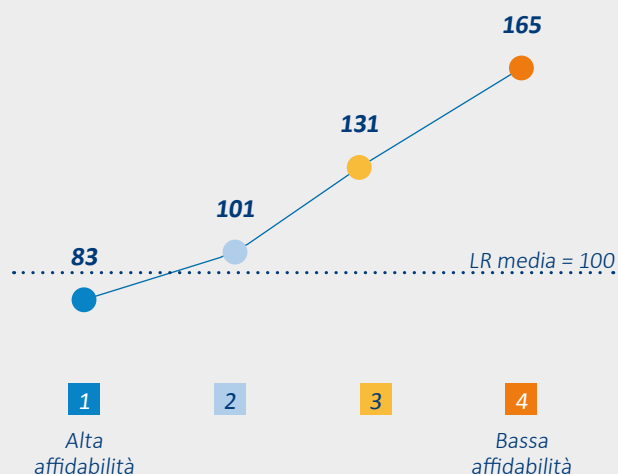
- ✗ **Non sono presenti nome e cognome**
- ✗ Presenza di **parole random** («ciccio», «rock»)
- ✗ Numeri **scollegati** dalla data di nascita
- ✗ **Dominio mail** solitamente usato per ricevere lo spam

Mattia Bianchi
BASSA AFFIDABILITÀ



Lo Score e-mail in azione:

Loss Ratio (index, base = 100)*



**MIGLIORAMENTO
LOSS RATIO RCA:
FINO A 2,0 p.p.**

* Dato medio misurato su un pool di Compagnie

*Nomi di fantasia, non riferiti a persone reali

2.2. Case study CRIF: Score Eventi Atmosferici

Scostandosi dall'RC Auto ma rimanendo nel campo delle coperture assicurative Motor, emerge l'importanza di una migliore comprensione dei rischi legati al cambiamento climatico.

Il cambiamento climatico in atto impatta gravemente la garanzia Eventi Atmosferici, caratterizzata in generale da un approccio di pricing ancora poco tecnico.

Anche in questo caso, la combinazione di fonti informative di elevata qualità con la capacità di costruire modelli predittivi sofisticati può fornire alle compagnie strumenti importanti nella valutazione di rischi in cui **le serie storiche e il tradizionale approccio attuariale si rivelano ormai inefficaci.**

Per gli eventi atmosferici, CRIF ha sviluppato uno score per la valutazione del rischio su base micro-territoriale, a partire dall'indirizzo dell'assicurato, che combina ingredienti di tipo diverso:

- **Pericolosità Fisica:** valutazione della probabilità di eventi avversi (es. grandine) e della loro intensità su porzioni molto ristrette di territorio.

- **Caratteristiche Infrastrutturali:** integrazione di elementi urbanistici (es. presenza di box auto rispetto ad aree di parcheggio scoperte).
- **Elementi Comportamentali:** utilizzo di caratteristiche sociodemografiche predittive della cura attesa nella custodia del bene (es. livello di reddito e scolarità della cella territoriale).

Il risultato è un indicatore potente, in grado di differenziare fortemente le situazioni di rischio, consentendo un affinamento sostanziale del pricing in un ambito ad alta volatilità, con la possibilità di ottenere recuperi di redditività con un **miglioramento del Loss Ratio fino a 20 punti percentuali.**

Non solo meteo: lo Score Eventi Atmosferici

Il rischio da eventi atmosferici dipende non solo dal meteo, ma anche dal profilo urbanistico e dai comportamenti dei proprietari

Rischi da eventi naturali



RISCHIO METEO

Probabilità di condizioni **meteo critiche nell'area** (grandine, neve etc.)



PROTEZIONE VEICOLO

Profilo urbanistico dell'area (ad esempio presenza di edifici con box)



RISCHIO CLIENTE

Profilo socio-economico dell'area (proxy del livello di cura per i beni da parte dei proprietari)

Lo Score in azione:

Loss Ratio* per classe di Score Eventi Atmosferici (index, base = 100)



**MIGLIORAMENTO LOSS RATIO:
FINO A 20 p.p.**

3. Strategia CRIF per le Compagnie

Lo **sviluppo redditizio e sostenibile del business Motor** dipende sempre da una valutazione del rischio accurata. In questo documento sono stati illustrati due case study, ma gli esempi potrebbero essere molteplici.

CRIF ha sviluppato una suite di score predittivi del rischio e prosegue insieme alle compagnie un intenso lavoro di affinamento e ricerca.

La scienza assicurativa, rimanendo fedele ai suoi principi fondamentali, evolve oggi ad un ritmo accelerato.

Per le compagnie, l'adozione di un approccio data-driven, con l'utilizzo di analytics avanzati, non è più un elemento opzionale, ma un **fattore chiave di sopravvivenza e competitività.**

CRIF | The end-to-end knowledge company

CRIF è un'azienda globale specializzata in sistemi di informazioni creditizie e di business information, analytics, servizi di outsourcing e processing, nonché in avanzate soluzioni in ambito digitale e open banking per lo sviluppo del business. Nel 2025 ha avuto ricavi per 900 milioni di euro.

CRIF supporta compagnie e broker assicurativi nell'innovazione, offrendo un ecosistema avanzato di informazioni, expertise e soluzioni che creano valore lungo l'intera catena assicurativa. Le soluzioni CRIF permettono una valutazione più precisa del rischio e una conoscenza approfondita sia dei clienti, privati e aziende, sia del territorio/contesto. Questo consente alle compagnie di ottimizzare pricing e sottoscrizione delle polizze, aumentare le vendite e migliorare l'esperienza cliente attraverso diversi canali. Inoltre, CRIF offre strumenti avanzati per la prevenzione delle frodi e l'ottimizzazione della gestione dei sinistri, migliorando la performance operativa e favorendo uno sviluppo sostenibile del business.

CRIF è inoltre AISP in tutti i paesi europei dove è applicabile la direttiva PSD2 per l'open banking, oltre che AISP in UK. Fondata a Bologna nel 1988, oggi l'azienda opera in 37 nazioni, in 4 continenti, con oltre 85 società e 6.600 professionisti. Ad utilizzare i suoi servizi oggi sono oltre 10.500 banche e società finanziarie, più di 450 assicurazioni, 90.000 imprese e 1.000.000 di consumatori.

A partire dal 2025, l'azienda ha ampliato i propri servizi creando CRIF Synesgy Ratings, società specializzata nelle valutazioni ESG a supporto delle decisioni strategiche e operative di banche e imprese.

Per maggiori informazioni: www.crif.it

CRIF

LinkedIn - CRIF Finance Italy
marketingfinanceitaly@crif.com

crif.it

