

Assicurazioni

Rc Auto, impenna il risparmio online

Navigare conviene soprattutto in fatto di assicurazioni

FTAOnline News, 30 Ott - 10:28

La strada del risparmio sulle polizze auto passa per Internet. La conferma arriva dal "Libretto rosso delle assicurazioni" allegato a Quattroruote di novembre.

Stando ai dati riportati sul fascicolo infatti l'incremento medio dei prodotti assicurativi è stato dell'8,6%. Il caro-polizza si riduce ad un esiguo 1,2% nel caso del confronto tra le tariffe migliori.

Sul versante delle tariffe peggiori invece il balzo in avanti è stato registrato nell'ordine dell'81,2%.

Il libretto rosso

Come ogni anno, il 'Libretto rosso' analizza l'offerta tariffaria per i sei profili più comuni in tutti i 107 capoluoghi di provincia italiani.

L'edizione 2009 contiene ben 18.515 tariffe. L'importo medio è di 817 euro, contro i 752 dell'edizione 2008, quindi con un aumento di 65 euro. La tariffa più bassa in assoluto è quella chiesta da Genialloyd ad Aosta, con 175 euro per il profilo di un uomo di 40 anni che guida un'auto compatta 1.600 turbodiesel. All'opposto troviamo i 6.376 euro previsti da Zurich Connect a Caserta per un giovane di 24 anni con una monovolume 1.900 turbodiesel. Facendo un rapido giro d'Italia, si scopre che la città dove i premi richiesti sono i più bassi, è Aosta con una media di 539 euro, al contrario la città dove essere automobilisti costa più sacrifici è Napoli dove si pagano 1.522 euro. Se invece si vuole considerare l'incremento anno su anno, la città più virtuosa è Gorizia, dove la media delle tariffe è aumentata solo del 3,3%, all'opposto si trova Avellino con un salasso del 18,7%.

La corsa al Web

Corrono sul Web i prodotti assicurativi che nel 2008 hanno registrato una raccolta di 450 milioni con un aumento del 17% rispetto all'anno precedente. I dati sono contenuti nel Rapporto "b2C Netcomm", realizzato dalla scuola di management del Politecnico di Milano.

L'ostacolo principale alla diffusione di questi prodotti nel nostro paese è ancora legato alla diffidenza dei clienti. Se in Inghilterra infatti si registrano percentuali elevatissime di sottoscrizioni online (l'80% del totale), in Italia invece questi prodotti riguardano ancora una piccola fetta di mercato (il 6% circa).

Il risparmio

Questo dato e' sintomatico di quanto le compagnie stiano cercando di ampliare il mercato on line facendo leva sul prezzo, che rimane ancora il principale driver di scelta per l'utente. Un fenomeno importante da sottolineare e' poi l'aumento del tasso di rinnovo delle polizze del canale on line che si sta portando sempre più vicino al valore medio del canale tradizionale.

"Nel 2008 il mercato delle Assicurazioni on line torna a crescere con tassi a due cifre dopo la sostanziale stasi fatta registrare nel 2007 e si supera la soglia del milione di polizze stipulate online - spiega Alessandro Perego, responsabile scientifico dell'Osservatorio B2c Netcomm - il comparto fa registrare sia alcuni ingressi importanti, come Quixa del gruppo AXA e ConTe di Admiral, a testimonianza di un rinnovato fermento al suo interno, che un ampliamento del portafoglio servizi offerti non piu' limitato alle sole Assicurazioni Rc Auto, ma esteso alle assicurazioni vita, polizze famiglia, abitazione e viaggi".

"Quasi tutte le principali compagnie assicurative hanno investito in due direzioni - continua Perego - da un lato nel miglioramento dell'usabilità' dei siti web, sia nei contenuti presentati sia e soprattutto nelle funzionalità' del preventivatore", attraverso percorsi personalizzati, introduzione di nuovi strumenti di supporto, "rifacimento delle interfacce grafiche e integrazione con il database della motorizzazione per snellire le operazioni di inserimento". Dall'altro, "nel miglioramento dei processi di interazione con il cliente nell'ottica di un rafforzamento della fiducia e della sensibilizzazione dei consumatori verso il canale on line".