

## investimenti

# CASA & VITA

## a portata di mouse

**ASSICURAZIONI ONLINE** Le compagnie vanno oltre le polizze dirette per le auto e puntano a nuovi prodotti per la persona. Con sconti che possono arrivare al 40%.  
di Andrea Telara

■ Non basta più salire in automobile. Per quasi 10 anni hanno venduto soltanto polizze auto, con buoni risultati ma senza sfondare, conquistando una quota di mercato complessiva inferiore al 5% con 975 milioni di premi a fine 2008.

Per questo le compagnie assicurative dirette, che operano esclusivamente attraverso internet oppure al telefono, vogliono fare il salto di qualità. Diversificando. Da qualche mese, infatti, hanno allargato la gamma di offerta e iniziato a distribuire attraverso la rete nuove categorie di prodotti come le polizze sulla casa, sugli infortuni, sui viaggi e persino sulla

vita, che hanno affiancato le tradizionali coperture della Rc auto, cioè i contratti assicurativi che proteggono contro il rischio di incidenti stradali. E per gli assicurati il risparmio può arrivare fino

al 40% (vedere schede da pagina 92 a pagina 94). La decisione è strategica per le compagnie e arriva in un momento in cui il mercato delle polizze

auto ha subito una flessione dello 0,4% nell'ultimo anno e in cui il risparmio medio del 40% offerto dalle polizze online non basta più ad attirare clienti.

Ma non è solo una questione di nu-

meri. «Il funzionamento del canale online è ormai ben rodato» dice a *Economy* Alessandra Gambini, practice leader per il settore assicurativo della società di consulenza **Watson Wyatt**, «e le compagnie dirette possono sfruttare delle economie di scala, cioè proporre sulla rete nuovi prodotti senza dovere affrontare costi aggiuntivi per la loro distribuzione commerciale o per la gestione sinistri». L'obiettivo è conquistare nuovi assicurati. Perché leggendo i dati degli istituti società di ricerca gli italiani sono ancora molto restii a sottoscrivere polizze attraverso internet.

**CACCIA AL PROSSIMO CLIENTE.** Secondo le stime dell'Osservatorio sul commercio elettronico B2c, creato da **Netcomm** e dalla **School of management Politec-**

## PREMI A CONFRONTO

### 21,1

MILIARDI

È il valore dei premi Rc auto emessi in Italia a fine 2008.

### 975

MILIONI

Sono i premi Rc auto 2008 che fanno capo a compagnie web.

## CHE COSA C'È SUL VITA

### RISPARMIO ASSICURATO CON UN SEMPLICE CLIC

Nelle schede da pagina 92 a pagina 94, *Economy* ha messo a confronto l'offerta delle compagnie dirette sui segmenti vita e casa. Nel primo caso sono soltanto due le società che offrono la copertura sul vita e le tariffe sono in linea con quelle tradizionali con un risparmio compreso tra il 2 e il 5% a seconda dei profili. Sale, invece, fino al 40% il risparmio per chi sottoscrive online una polizza sulla casa. In questo caso, l'offerta è ampia e i prezzi seguono la tendenza che è già in atto da tempo nel segmento auto.

## CASOMAI

Compagnia: Genertel (gruppo Generali)

Tariffa con capitale assicurato di 100 mila euro per persona 40enne (non fumatore):  
uomo: **159 euro**  
donna: **89 euro**

Tariffa con capitale assicurato di 200 mila euro per persona 40enne (non fumatore):  
uomo: **318 euro**  
donna: **178 euro**

Caratteristiche: Il capitale assicurato liquidato in caso di morte può arrivare sino a 1 milione di euro a seconda del premio pagato.

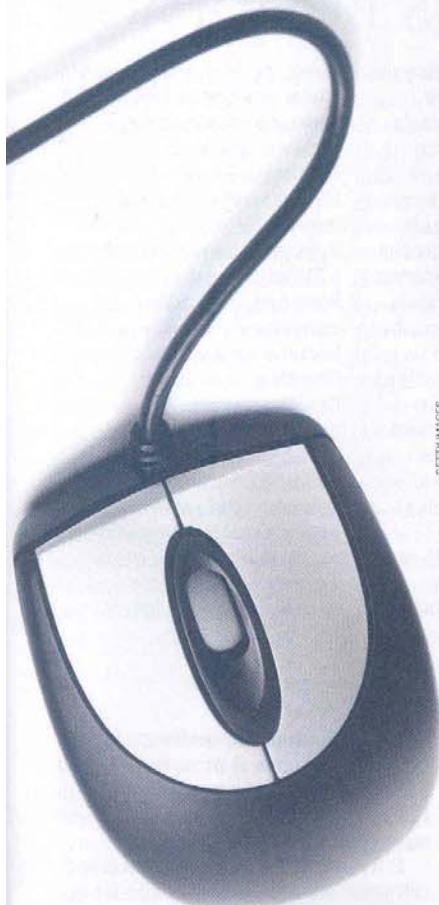
## ONLIFE

Compagnia: L.A. vita (gruppo Allianz)

Tariffa con capitale assicurato di 100 mila euro per persona 40enne (non fumatore):  
uomo: **149 euro**  
donna: **88 euro**

Tariffa con capitale assicurato di 200 mila euro per persona 40enne (non fumatore):  
uomo: **283 euro**  
donna: **160 euro**

Caratteristiche: Il capitale assicurato liquidato in caso di morte può essere compreso tra 25 mila e 250 mila euro a seconda del premio pagato.



## QUANTO VALE IL MERCATO INTERNET DELLA RC AUTO

NOME	GRUPPO	LANCIO	QUOTA MERCATO
GENERTEL	GENERALI	1994	25,10%
DIRECT LINE	ROYAL BANK OF SCOTLAND	2002	24,80%
GENIALLOYD	ALLIANZ	1997	21,30%
LINEAR	UNIPOL	1996	15,50%
ZURICH CONNECT	ZURICH	1997	10,90%
DIALOGO	FONDIARIASAI	1997	2%
QUIXA	AXA	2008	0,30%
CONTE.IT	ADMIRAL	2008	-

FONTE: ELABORAZIONE ECONOMY/SU DATI DI MERCATO

GETTY IMAGES

nico di Milano, alla fine del 2009 la raccolta annua delle compagnie dirette non arriverà al miliardo di euro, una goccia nel mare dei 97 miliardi dell'intero settore assicurativo italiano: 37 miliardi nel ramo danni, di cui oltre 20 di Rc auto, e 60 miliardi nel ramo vita. La strada da percorrere per le compagnie online, insomma, è ancora molto lunga.

Tanto più se si considera che oltre il 90% dei premi incassati sul web si concentra ancora nel settore della Rc auto, mentre i nuovi prodotti lanciati lo scorso anno rimangono relegati a una quota residuale inferiore al 10%. «Negli ultimi

mesi il mercato delle assicurazioni via internet ha mostrato notevoli segni di vitalità e, in futuro, potrebbe crescere più velocemente» dice Riccardo Mangiaracina, responsabile dell'osservatorio

B2c. Già nell'arco del 2008, quando le compagnie dirette hanno iniziato a diversificare l'offerta, la raccolta sul web è aumentata di ben il 17%.

A fine 2009, la crescita annua sarà

invece attorno al 2%. È una cifra ben più modesta di quella dei 12 mesi precedenti, ma comunque pari al doppio della media del commercio elettronico italiano che, complice la crisi economi-



«PER NOI FARE TUTTO È UN'EVOLUZIONE NATURALE. LA SFIDA È CONQUISTARE GLI UNDER 40».

DAVIDE PASSERO  
A.D. DI GENERTEL

## LE SOLUZIONI PER GLI IMMOBILI

### CASA M2 (METROQUADRO)

Compagnia: Genertel  
Tariffa annua per un appartamento di 100 metri quadrati:  
**328 euro**

Tariffa annua per una villa di 200 metri quadrati:  
**413 euro**

**Caratteristiche/coperture:**  
Responsabilità civile del proprietario e della famiglia (massimale sino a 500 mila euro). Incendio e altri danni al fabbricato (massimale sino a 200 mila euro). Incendio e danni al contenuto (massimale di 50 mila euro). Tutela e assistenza legale in caso di contenziosi.

### IO E LA MIA CASA

Compagnia: Genialloyd  
Tariffa annua per un appartamento di 100 metri quadrati:  
**363 euro**

Tariffa annua per una villa di 200 metri quadrati:  
**529 euro**

**Caratteristiche/coperture:**  
Responsabilità civile della famiglia (sino a 1 milione di euro). Danni ai locali (sino a 400 mila euro). Danni al contenuto (50 mila euro). Furto (10 mila euro) e tutela legale (10 mila euro).

### POLIZZACASA ONLINE

Compagnia: Zurich connect  
Tariffa annua per un appartamento di 100 metri quadrati:  
**387 euro**

Tariffa annua per una villa di 200 metri quadrati:  
**455 euro**

**Caratteristiche/coperture:**  
Responsabilità civile della proprietà (massimale sino a 1 milione di euro). Danni al fabbricato (massimale sino a 200 mila euro). Danni al contenuto (massimale di 50 mila euro). Furto (fino a 5 mila euro).

## Viaggi e piccoli infortuni sono la nuova frontiera

MASSIMO SESTINI

Non ci sono solo le polizze casa e vita nel futuro delle compagnie online. Per ampliare la propria offerta, alcune hanno deciso di puntare con decisione anche sulle coperture assicurative per i

viaggi. È il caso di Genertel e Genialloyd, quest'ultima attraverso una partnership con **Mondial assistance**, che propongono due prodotti diversi, destinati entrambi al popolo dei

vacanzieri. Si tratta di polizze che tutelano contro i rischi più comuni che gravano su chi sta per affrontare un soggiorno turistico: lo smarrimento o il furto dei bagagli, la necessità di cure mediche lontano da casa o la responsabilità civile per qualche danno arrecato a terzi. In cambio del pagamento di un premio, la compagnia si impegna a prestare assistenza e a erogare un indennizzo all'assicurato nel caso in cui, durante la vacanza, si verifichi un sinistro. L'entità del risarcimento dipende dalla tipologia del rischio coperto: per esempio, varia tra 500 mila e 1 milione di euro per la responsabilità civile, tra 25 mila e 150 mila euro per le spese mediche e si aggira sui 1.000 euro per lo smarrimento dei

bagagli. Anche le tariffe delle polizze sono legate a diversi fattori, in primis alla durata del soggiorno e al luogo di destinazione. Per avere una copertura completa durante le ferie natalizie (dal 26 dicembre al 3 gennaio), il premio varia tra i 50 e 70 euro, se la destinazione è un Paese europeo, e tra i 110 e i 130 euro se la meta delle vacanze si trova invece al di là dell'oceano. Oltre alle polizze sui viaggi, Genialloyd ha aperto alle coperture contro gli infortuni. Le tariffe dipendono dal profilo di ogni assicurato: un 40enne residente a Milano, per esempio, paga un premio tra i 100 e i 200 euro all'anno circa, per avere un indennizzo che, in caso di infortunio, arriva sino a 100 mila o 200 mila euro.



L'infortunio sulla neve è il caso più facile da assicurare.

ca, quest'anno ha subito una battuta d'arresto e ha visto salire il proprio giro d'affari di appena un punto percentuale. Ma, al di là dei numeri, quello che fa sperare in un prossimo decollo delle assicurazioni online è anche l'arrivo sul mercato di nuovi operatori.

Nel 2008, per esempio, hanno debuttato in Italia due nuove compagnie dirette di origine straniera: **Quixa**, controllata dal gruppo francese **Axa**, e **ConTe.it**, che fa capo alla britannica **Admiral group**. Entrambe le società, per ora, si sono cimentate soltanto nel business del-

la Rc auto, ma stanno studiando le strategie per allargare il proprio raggio di azione (vedere intervista a pagina 95). I leader di mercato, invece, si sono già mossi da tempo.

È il caso di **Genertel** (gruppo **Generali**) che, oltre ai contratti della Rc auto, oggi vende online una vasta gamma di prodotti, dalle polizze sulla casa a quelle per i viaggi, dalle coperture sulla vita attraverso la controllata **Genertelife**, fino ai piani previdenziali e i programmi di risparmio a capitalizzazione. «Per noi l'ampliamento dell'offerta ha rappresentato una evoluzione naturale» dice Davide Passero, amministratore delegato di Genertel, «perché ci permette di rispondere in modo completo a nuove esigenze della clientela».

Secondo Passero, infatti, in Italia c'è una larga fascia di potenziali clienti sotto i 40 anni, che hanno grande dimestichezza con l'uso di internet, tra i quali la penetrazione dei servizi assicurativi è ancora contenuta e ha notevoli margini di crescita. Questo non vuol dire che la compagnia diretta triestina non continui a investire sull'innovazione per la Rc auto. Anzi. La prova è che ha appena

### POLIZZACASA

Compagnia: Direct Line  
Tariffa annua per un appartamento di 100 metri quadrati:  
**224 euro**

Tariffa annua per una villa di 200 metri quadrati:  
**272 euro**

Caratteristiche/coperture:  
Franchigia di 200 euro per tutte le coperture. Responsabilità civile del proprietario e della famiglia (massimale sino a 500 mila euro). Danni al fabbricato (massimale di 500 mila euro). Danni al contenuto (massimale di 20 mila euro). Furto (fino a 5 mila euro).

### POLIZZA MULTIRISCHI DELL'ABITAZIONE

Compagnia: Linear  
Tariffa annua per un appartamento di 100 metri quadrati:  
**119 euro**

Tariffa annua per una villa di 200 metri quadrati:  
**119 euro**

Caratteristiche/coperture:  
Responsabilità civile del proprietario (massimale 500 mila euro). Incendio locali (massimale 120 mila euro). Incendio contenuto (massimale 20 mila euro).

lanciato G-Cube, un nuovo preventivo che consente di misurare la convenienza delle polizze auto e moto.

È dello stesso avviso Leonardo Felician, amministratore delegato di **Genialloyd**, compagnia diretta del gruppo **Alianz** che, partendo dal business originario della Rc auto, ha allargato la propria offerta alle polizze per la casa, per i viaggi e contro gli infortuni (*vedere box in alto a pagina 94*). «Penso che le coperture assicurative sulle abitazioni abbiano ancora notevoli prospettive di sviluppo» dice Felician. «Circa il 78% degli italiani oggi dispone di una casa di proprietà, ma la quota di popolazione che ogni anno assicura il proprio immobile è di appena il 20%, una percentuale molto inferiore alla media europea».



«NON VOGLIAMO ALLONTANARCI TROPPO DALL'AUTO CHE RESTA IL NOSTRO CORE BUSINESS».

JAMIE BROWN  
A.D. DI DIRECT LINE

«LA CASA DI PROPRIETÀ È IL BENE PIÙ DIFFUSO IN ITALIA. MA È IL MENO ASSICURATO».

LEONARDO FELICIAN  
A.D. DI GENIALLOYD



Sulle polizze per la casa ha deciso di puntare anche **Direct Line**, controllata dal gruppo **Royal Bank of Scotland**, seconda alle spalle di Genertel nella classifica delle compagnie dirette attive in

Italia. Per adesso, le assicurazioni sugli immobili sono l'unico segmento di prodotti, oltre alla Rc auto, che la società ha lanciato nel nostro Paese. «Se ne avremo l'occasione in futuro, potremmo studiare la possibilità di esplorare nuovi segmenti di offerta, anche se la specializzazione nel ramo della Rc auto rappresenta per noi un punto di forza dal quale non vogliamo allontanarci troppo» dice Jamie Brown, amministratore delegato in Italia di Direct Line.

E mentre ciascuna compagnia studia la propria differenziazione nell'offerta,

per l'investitore questa apertura del mercato può rappresentare un'opportunità. Perché anche sul fronte delle tariffe, oltre che su quello dei prodotti, il settore delle assicurazioni online si presenta oggi abbastanza variegato. E la battaglia tra le compagnie può scatenare una guerra agli sconti.

Per il momento però il confronto è ancora limitato, come dimostrano le schede che *Economy* ha elaborato da pagina 92 a pagina 94, mettendo a confronto l'offerta sul vita e sulla casa: per le polizze vita, i prezzi applicati dagli operatori sono abbastanza allineati tra loro e non si discostano molto da quelli delle polizze tradizionali. Per le assicurazioni sugli immobili, invece, il panorama è più complesso ed effettuare un confronto tra le varie compagnie non è molto facile. Alcune propongono infatti tariffe più contenute della media, a fronte però di coperture meno ampie, a causa della presenza di franchigie o di massimali ridotti. Per questo, quando gli assicurati richiedono un preventivo online, devono prestare molta attenzione a tutte le clausole e alle garanzie realmente offerte dal contratto.