

Assicurazioni on line, una "nicchia" in crescita

Stando ai dati dell'ultimo Rapporto b2C Netcomm della School of Management del Politecnico di Milano il mercato delle polizze assicurative on line vale in Italia oltre 450 milioni di euro e nel 2008 è cresciuto del 17%, sebbene il valore medio del premio pagato sia sceso da 444 a 432 euro. Una dato giudicato assai positivo dopo la sostanziale stasi fatta registrare nel 2007 e non solo perché si materializza in più di un milione di polizze stipulate via Internet. Nel conteggio rientrano non solo le Rc Auto, che sono la fetta più corposa (il 98%), ma anche i rami vita, famiglia, abitazione e viaggi. L'ingresso in questa nicchia di mercato di attori importanti come **Quixa** del gruppo AXA e ConTe di Admiral è secondo Alessandro Perego, Responsabile scientifico dell'Osservatorio B2c Netcomm, una testimonianza evidente "di un rinnovato fermento, che fa il paio con l'ampliamento del portafoglio servizi offerti via Web".

Il gap verso Regno Unito e Stati Uniti

Il prezzo è ovviamente la leva che ha fatto decollare in questi anni il settore ma nel Rapporto si evidenzia anche come l'aumento del tasso di rinnovo delle polizze attivate sul canale on line sia sempre più vicino a quello del canale tradizionale. Segno che i servizi offerti, l'affidabilità degli stessi e non ultimo l'usabilità dei siti Web che li propongono sono via via migliorati. Il paragone con il mercato europeo più prolifico, quello del Regno Unito (dove poco meno dell'80% della popolazione accende contratti Rc Auto via Web contro il 6% registrato oggi in Italia), è fuori luogo per la semplice ragione – come sostiene Roberto Liscia, Presidente di Netcomm – che il Bel Paese "è all'inizio di un processo di disintermediazione dei canali di vendita tradizionali nei servizi". I conti correnti bancari su Internet interessano oltre 10 milioni di persone, per le polizze assicurative il processo di adozione sembra essere un po' più lento, nonostante l'attrattiva di costi più bassi e di formule a consumo (pago solo quando uso l'auto) introdotte da alcune compagnie dirette. Una lentezza spiegabile sia con la passività del cliente medio, spesso conservatore per sola pigrizia, sia con gli sconti che alcune società di assicurazione tradizionali hanno accordato ai loro clienti per evitarne la fuga. Mettiamoci poi i vincoli "burocratici" di eccessiva durata – che il processo di liberalizzazione normativo ha solo in parte ridotto – e l'ancora limitata propensione all'utilizzo del canale Web della fascia di età oltre i 55 anni ed ecco che il gap verso i principali Paesi europei (Gran Bretagna, Germania e Francia) e gli Usa (dove sono state vendute ancora nel 2007 oltre 2,1 milioni di polizze Rc auto) è presto spiegato.

Un business (ancora) per pochi

In attesa della prevista accelerata che potrebbe sortire dall'imminente introduzione del tanto discusso "preventivatore unico" dell'Isvap (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni Private e di Interesse Collettivo), che renderà più agevole per i consumatori finali la comparazione di prezzo tra i prodotti assicurativi offerti on e off line, a godere della buona salute di questo settore sono al momento in pochissimi. Le prime cinque grandi compagnie dirette - Genertel, Genialloyd, Direct Line, Linear e Zurich Connect - hanno coperto da sole nel 2008 il 96% del mercato, così come accadeva nel 2007. Fra gli outsider vi sono i broker comparativi come 6sicuro.it (che vanta un servizio di comparazione delle tariffe assicurative Rc auto e moto, coperture aggiuntive comprese, di 18 compagnie fra tradizionali e dirette), Brokeronline e Assicurazione.it. Per loro la sfida da vincere è forse ancora più difficile: mettere a confronto polizze che fra loro differiscono in valore mediamente fra il 60 e il 100% è sicuramente un'arma importante per crescere (facendo anche e-commerce in proprio) al cospetto del mercato assicurativo on line nel suo complesso. Ma stando a quanto si rileva dal rapporto NetComm la strada da fare è ancora molta lunga e raggiungere i livelli dei broker inglesi (come Confused.com) – da cui passa il 50% del business totale delle polizze assicurative del Regno Unito – ci vorrà parecchio tempo.