

Soldi Blog.t

Titolo: Polizze online a tutto gas!

Data: 06-03-09

Pubblicazione: online

Polizze online a tutto gas!

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).

Internet ingrana

L'aumento della raccolta evidenzia una dinamica molto positiva se vista in relazione alla situazione di stallo che si era verificata nel 2007 (a consuntivo si era registrata una crescita di un solo punto percentuale), raggiungendo un transato complessivo superiore a 450 milioni di euro e un numero di polizze acquistate superiore al milione (v. [articolo](#)).

Il valore medio dell'ordine, dopo anni in cui era stazionario, scende da un premio medio di 444 euro del 2007 ad un importo di 432 nel 2008.

Più concorrenza e meno spesa

Questo dato è 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 è 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 più 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".