

E l'Italia attrae nuovi competitor stranieri

È un segno dell'interesse che suscita il nostro mercato delle assicurazioni online le cui polizze, all'estero, sono vendute anche nei supermercati. Ma leader in Europa resta la Gran Bretagna, dove l'80% dei contratti per la responsabilità auto viene stipulato via Internet o telefono. E in Usa +37% in un anno

GIOVANNI MARABELLI

Milano
 L'adurissimarecessioneche ha colpito l'economia mondiale non ha risparmiato nessun settore. E d'altra parte era difficile attendersi il contrario. In un contesto così difficile ci sono state però alcune comparti che sono comunque riusciti a dare qualche segno di vitalità e quello delle assicurazioni dirette rientra fra questi. In Italia, per esempio, sono entrati nel mercato nuovi competitor come Quixia, del gruppo francese Axa, e ConTe.it, dell'inglese Admiral. In altri Paesi, come la Germania sono state lanciate nuove iniziative per soddisfare nuove esigenze, tipo assicurare gli impianti di produzione di energia rinnovabile. Mentre ormai non è raro vedere catene di supermercati che online vendono anche le assicurazioni.

Al di fuori di queste novità, è continuato il processo di crescita delle assicurazioni dirette ai danni di quelle tradizionali. Si tratta di uno sviluppo lento ma inesorabile, soprattutto nei mercati meno avanzati come il nostro. Per capire le possibilità di crescita è sufficiente guardare al caso britannico, dove l'80% delle polizze Rc auto viene stipulato su Internet o per telefono. Con notevoli risparmi per il consumatore ed enormi difficoltà per quelle compagnie (ma sono ormai rimaste pochissime) che non vantano ancora una presenza su Internet. Anzi sono gli stessi gruppi assicurativi che si stanno convincendo sempre più che l'unica strategia efficace per superare le attuali difficoltà è proprio quella di

“
L'Olanda detiene il primato continentale per il numero di polizze sanitarie dirette
 ”

puntare con decisione sul web. Internet consente infatti di abbassare drasticamente i costi operativi (di conseguenza polizze meno care non comportano automaticamente una minore marginalità) e di aver un maggiore controllo del cliente.

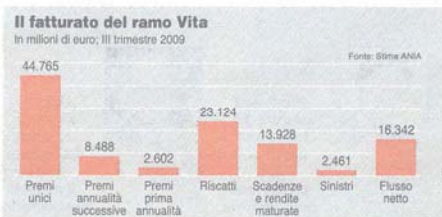
Le assicurazioni per l'automobile sono il caso più eclatante visto che si tratta in molti Paesi di una copertura obbligatoria e piuttosto costosa, ma incoraggianti segnali di crescita sono arrivati anche dalle polizze per i viaggi e da quelle sanitarie. Fra i singoli paesi l'Olanda e l'Inghilterra mantengono saldamente la palma di mercati più avanzati. Gli operatori dei Paesi Bassi continuano ad approfittare della decisione del governo di privatizzare il regime di assicurazione sanitaria. Il mercato delle polizze online vale circa la metà del totale. In Gran Bretagna la percentuale è decisamente più bassa, si aggira attorno al 20%, ma rimane comunque più alta rispetto alla media europea. Londra è da sempre più legata agli Stati Uniti che all'Europa ed è proprio oltreoceano che le compagnie di



Automobili e mezzi pubblici nel centro di Londra

quistava attraverso i canali tradizionali, mentre in Europa la percentuale era ferma all'1%. Successivamente questo gap è stato quasi del tutto colmato. Attualmente il mercato delle as-

sicurazioni online statunitensi sta crescendo a un ritmo annualizzato del 7,5%, un valore di molto superiore sia a quello fatto registrare dalle agenzie che dagli agenti indipendenti. Nel



2007 sono state 2,15 milioni di assicurazioni auto, con una crescita del 37% rispetto all'anno precedente.

L'operazione di rafforzamento dell'online sta procedendo però in maniera molto cauta per non sollevare le proteste degli agenti, che in più casi hanno minacciato di passare alla concorrenza. Secondo Data-

monitor le società sono di fronte a una scelta radicale: o operare una transizione sul Web soft in accordo con gli agenti, anche utilizzando la loro professionalità, o andare alla prova di forza con un passaggio aggressivo. Quest'ultima opzione potrebbe però portare a pesanti perdite nel breve periodo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA