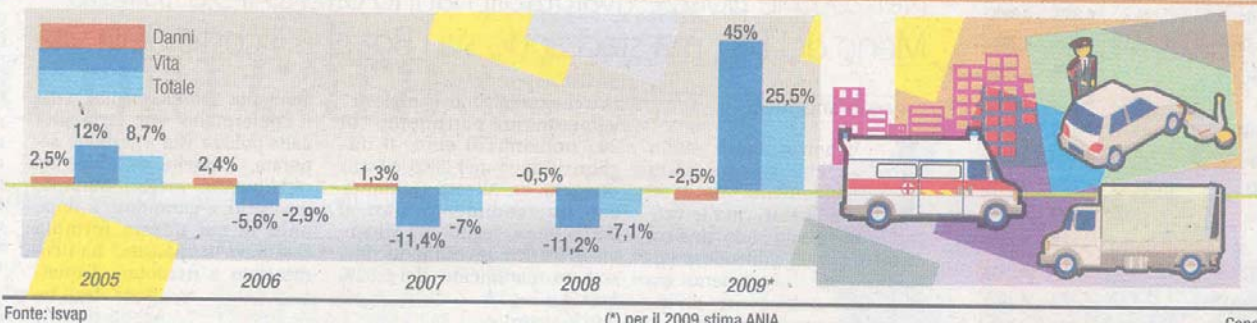


Novità Riparte la caccia ai premi più convenienti, in genere offerti da chi opera via Internet. Gli sconti e le promozioni in corso

Web Il caro-tariffe rilancia la Rete

Le compagnie dirette sempre più gettonate e attive. Ora si può assicurare la casa con un «sms»

I tassi di crescita



DI ROBERTO E. BAGNOLI

Il copione si sta ripetendo: quando le tariffe puntano verso l'alto, si risveglia l'interesse per le compagnie dirette. Le imprese che operano via Internet o per telefono sono in alcuni casi più convenienti delle tradizionali: un altro punto di forza è rappresentato dalla comodità del servizio, che si tratti di ottenere un preventivo o di denunciare un sinistro. La garanzia obbligatoria Rc auto rimane largamente predominante, ma alcune società stanno allargando l'offerta, a partire dalle polizze per l'abitazione.

Bacino in crescita

«I clienti delle dirette sono circa due milioni ma il loro bacino potenziale è almeno il doppio — sostiene Davide Passero, amministratore delegato di Genertel, del gruppo Generali —. Con prezzi in aumento cresce anche la propensione alla ricerca del prodotto più conveniente, come si sta verificando in questo periodo». Genertel è leader con circa

un quarto del mercato. «Nell'Rc auto puntiamo su prodotti mirati per specifici segmenti di clientela, come donne, giovani, proprietari di vetture di alta cilindrata e famiglie con figli — dice Passero — e sulla struttura di assistenza sinistri che prevede consulenti dedicati. Nelle prossime settimane partirà una promozione dedicata alle moto: l'offerta comprende anche coperture viaggi, per l'abitazione e, da alcuni mesi, tre polizze vita fra cui un piano pensionistico».

Direct Line offre la possibilità di sostituire il

veicolo assicurato direttamente sul sito www.directline.it e, sino al 10 marzo, due mesi di copertura gratis agli assicurati che sottoscrivono la polizza su Internet almeno quattro giorni prima della scadenza e pagano con carta di credito. «La

polizza casa prevede la garanzia di ricostruzione a nuovo dell'immobile, sino a 500 mila euro — dice l'amministratore delegato Jamie Brown — e permette di ottenere una quotazione in tempi molto brevi, non richiede alcuna documenta-

Il numero

2 milioni Business
 I clienti delle compagnie che operano via web e per telefono

zione e riconosce uno sconto del 10% ai clienti che sono già assicurati con noi».

«I primi mesi del 2010 mostrano una ripresa vivace dell'interesse per il settore — sostiene Leonardo Felician, amministratore delegato di Genialloyd, compagnia diretta del gruppo Allianz —. Nell'Rc auto abbiamo tariffe stabili a livello complessivo e in leggera riduzione in alcune aree. Offriamo anche una polizza per la casa: inviando un sms al 366/5005000 e indicando il codice di avviamento postale e i metri quadrati dell'abitazione si può ottenere un preventivo nel giro di pochi secondi: il servizio, lanciato negli ultimi mesi dell'anno scorso, ha consentito di raddoppiare il numero dei contratti».

Una forbice ampia

Una promozione particolare viene offerta da Zurich Connect. «Sfidiamo i consumatori a confrontare la loro polizza con il nostro preventivo — dice Andrea Rapetti, managing director della compagnia diretta di Zurich Italia —. Se perdiamo, riceveranno cento euro in buoni benzina: prevediamo inoltre sconti progressivi per chi completa la copertura con garanzie diverse rispetto a quella obbligatoria. L'offerta comprende anche una polizza per ca-

sa e famiglia, ma ci concentriamo soprattutto sull'auto».

Linear, che fa capo a Ugf assicurazioni, ha in programma nuove tariffe che premiano con riduzioni sino al 15% gli automobilisti più virtuosi: la polizza per l'abita-

zione prevede tre diverse combinazioni, con premi da 70 a 120 euro, e garanzie accessorie che rimborsano le spese per la ricerca di guasti degli impianti idrotermosanitari e i danni procurati dai cani.

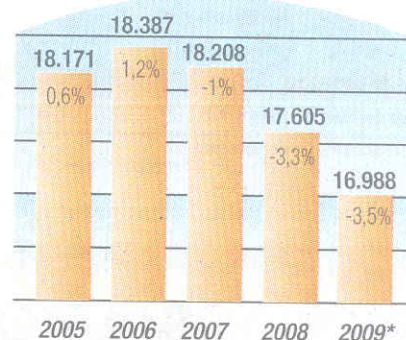
E' limitata invece al settore auto e moto l'attività delle altre tre compagnie dirette: Quixa, Dialogo e ConTe, che fanno capo rispettivamente ad Axa, Fondiaria-Sai e Admiral.

«Le imprese che operano via Internet o per telefono presentano una forbice molto ampia dei prezzi — sostiene Fabrizio Premuti, responsabile per il settore assicurativo di Adiconsum —. Rispetto alle tradizionali, possono essere più convenienti se si tratta dei clienti più virtuosi: spesso, però, sono più penalizzanti per i profili considerati più rischiosi, come i giovani e gli automobilisti delle regioni meridionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

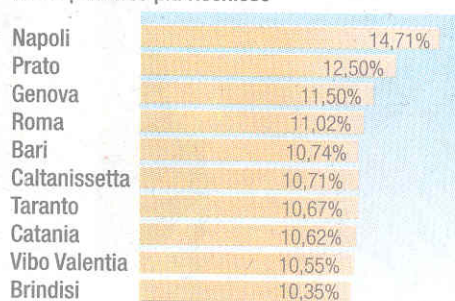
Così l'Rc auto

Premi in milioni di euro



(*) per il 2009 stima ANIA

Le 10 province più rischiose



Fonte: Isvap

Conc