

Gli italiani e le assicurazioni: quattro profili alla ricerca della polizza perfetta

*Una ricerca Quixa svela i comportamenti
di competenti, mercenari, fedeli e imprevedibili nella scelta dell'assicurazione*

Milano, 26 maggio 2011 – **Competenti, mercenari, fedeli e imprevedibili** sono i quattro profili emersi dalla ricerca “Stetoscopio – Il sentire degli assicurati italiani”, promossa dalla compagnia online **Quixa** e condotta da MPS – Marketing Problem Solving, per esaminare l’atteggiamento dei consumatori nei confronti delle assicurazioni auto e capire cosa pensano delle compagnie dirette.

La **propensione a fare confronti tra polizze** e la **maggiore o minore apertura al cambiamento** sono gli elementi che influenzano maggiormente la scelta della compagnia, mentre i fattori che guidano i consumatori nell’acquisto della polizza sono per lo più il **prezzo**, la **semplicità delle procedure** e la **chiarezza delle condizioni** contrattuali.

A rivolgersi alle assicurazioni online sono soprattutto le categorie dei **“competenti”** e dei **“mercenari”**, consumatori privi di pregiudizi, disposti alla sperimentazione, che hanno già avuto un’esperienza positiva con le compagnie dirette.

I **“competenti”** operano spesso **confronti tra le offerte** delle diverse assicurazioni e sono in grado di scegliere con consapevolezza. Decidono di cambiare compagnia in seguito ad esperienze negative, legate per lo più alla qualità del servizio.

L’acquisto della polizza è frutto di un **processo razionale** slegato dalla mera convenienza economica. A incidere in maniera prevalente sono la trasparenza nella comunicazione, la **chiarezza** delle condizioni contrattuali, la **rapidità delle procedure** e la possibilità di **personalizzare la polizza**, caratteristiche che trovano spesso nelle compagnie online.

I **“mercenari”** ricorrono frequentemente alle assicurazioni dirette, privilegiando la logica del **“massimo vantaggio al minimo costo”**. Il risparmio, infatti, è il principale driver di scelta. E’ la ricerca della convenienza a spingerli a confrontare nuovi preventivi ad ogni scadenza di polizza, ma rivestono un ruolo fondamentale nella scelta anche la rapidità delle procedure e la chiarezza delle condizioni contrattuali.

Hanno esperienza diretta del mercato online, con cui hanno un rapporto positivo e di cui apprezzano, oltre ai prezzi contenuti, anche la semplicità nello svolgimento delle pratiche e la **possibilità di costruirsi le polizze in maniera indipendente ed autonoma**.

I **“fedeli”** sono piuttosto **tradizionalisti** e spesso continuano a rivolgersi alla stessa compagnia scelta dagli altri membri della famiglia. Sono **poco inclini ad esaminare alternative** e raramente le loro esplorazioni portano a un reale cambiamento. La scelta della compagnia si basa quindi sulla **raccomandazione di parenti**, sulla **conoscenza personale** dell’assicuratore e sull’autorevolezza che attribuiscono al brand. Sono ancora piuttosto diffidenti verso le assicurazioni online: il loro giudizio si basa per lo più su una conoscenza indiretta, con pregiudizi legati al timore di non ricevere un’assistenza adeguata nel momento del bisogno.

QUIXA S.p.A.

Sede Legale: Via Leopardi, 15 - 20123 Milano, Italia - T: +39 02 48084.1

Sede Operativa: Via Muzio Attendolo detto Sforza, 11 - Ed. 9 - 20141 Milano, Italia - T: +39 02 89440.1 - Servizio Clienti: 199.20.60.60

Capitale Sociale: € 5.165.000 i.v. - Direzione e coordinamento di AXA ASSICURAZIONI S.p.A. ai sensi dell’art. 2497 bis C.C.

Ufficio del Registro delle imprese di Milano - Numero R.E.A. della C.C.I.A.A. di Milano n.1593550

C.F. e P. IVA n. 12878680151 - Iscrizione Albo Imprese ISVAP n. 1.00140), appartenente al gruppo assicurativo AXA ITALIA iscritto all’Albo Gruppi Isvap con il n. 041.

Impresa autorizzata all’esercizio delle assicurazioni con Provvedimento ISVAP 1810 del 26.2.2001 (Gazzetta Ufficiale del 12 marzo 2001 n. 59)





Ricorrono per lo più a compagnie di tipo tradizionale, alle quali sono fidelizzati di solito per un rapporto di conoscenza personale.

Gli **“imprevedibili”** si fanno **guidare dall’istinto** e le loro decisioni d’acquisto possono subire imprevedibili viraggi a causa di esperienze negative con la compagnia con la quale sono assicurati. Rincarì del premio assicurativo e inefficienza del servizio li portano a esplorare freneticamente nuove alternative alla ricerca di un’assicurazione economica e che garantisca **reperibilità dei referenti** e un **servizio “tutto compreso”**.

Si rivolgono per lo più a compagnie tradizionali per il timore di non essere assistiti con continuità, anche se chi ha avuto esperienze con le dirette si ritiene soddisfatto e apprezza soprattutto le procedure snelle e standardizzate.

Stetoscopio – Il sentire degli italiani

“Stetoscopio - Il sentire degli assicurati italiani” è una ricerca qualitativa che fa parte del progetto “Stetoscopio - Il sentire degli italiani”, un’indagine periodica che si basa su colloqui di gruppo focalizzati sull’esplorazione del vissuto degli intervistati in relazione ad alcune macroaree costanti che definiscono il clima socioculturale al momento dello svolgimento dello studio.

Stetoscopio prevede la realizzazione di 8 gruppi 3 volte l’anno in 4 differenti aree geografiche con target misto uomini donne.

*La ricerca è realizzata da **MPS – Marketing Problem Solving**, istituto di ricerca indipendente con sede a Bergamo, che si occupa da oltre venti anni di ricerche di mercato e consulenza alle aziende.*

QUIXA S.p.A.

QUIXA è la compagnia assicurativa di nuova generazione del Gruppo AXA specializzata nella vendita di polizze auto tramite Internet (www.quixa.it). Attiva da settembre 2008, la compagnia propone una formula innovativa che unisce i vantaggi delle assicurazioni auto tradizionali a quelli delle dirette: la presenza di un **consulente personale dedicato** e un prezzo competitivo.

Il Gruppo AXA

Il Gruppo AXA è leader mondiale della protezione finanziaria. Le attività di AXA sono geograficamente diversificate, con una concentrazione sui mercati dell’Europa, del Nord America e della regione Asia/Pacifico. Il fatturato dell’esercizio 2010 in base alle norme IFRS ammonta a 91 miliardi di euro, e il risultato corrente a 3,9 miliardi di euro.

L’azione AXA è quotata sul comparto A di Euronext Parigi, con il simbolo CS (ISIN FR0000120628 – Bloomberg: CS FP – Reuters: AXAF.PA). Negli Stati Uniti, l’American Depository Share (ADS) AXA è quotata sulla piattaforma OTC QX con il simbolo AXAHY.

Per ulteriori informazioni contattare:

Publicis Consultants | Italia - Ufficio stampa Quixa S.p.A.

Daniela Di Pietrantonio

Tel: 02 30353325

e-mail: daniela.dipietrantonio@publicisconsultants.it

Silvia Gulfi

Tel: 02 30353322

e-mail: silvia.gulfi@publicisconsultants.it