

DOSSIER I

Rc auto, ecco le compagnie top Italia prima per le scatole nere



Il bollino blu dell'Istituto tedesco Qualità e Finanza

In generale il gradimento per le compagnie di assicurazione aumenta e si registra anche un calo dei prezzi delle polizze del 6,4%. In leggera flessione risultano, invece, le società che operano online: dopo il grande boom delle polizze comprate a sconto su Internet cominciano a risentire il colpo delle nuove strategie adottate dalla concorrenza per recuperare terreno. Un dato in particolare: sono le compagnie di medie dimensioni quelle che praticano le tariffe migliori.

E' il quadro che emerge dallo studio realizzato dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza per Affari & Finanza. L'Istituto ha assegnato il bollino blu, il sigillo di qualità dopo aver effettuato una indagine su 3.008 clienti. Top sono tutte le compagnie che hanno ottenuto un punteggio superiore alla media del mercato Rc auto. Ottime, sono le compagnie che superano il punteggio medio Top.

da pagina 27 a pagina 29

dossier qualità e finanza

Rc auto, prezzi in calo del 6,4% cresce la soddisfazione dei clienti

IN GENERALE IL GRADIMENTO È IN AUMENTO, MA SCENDE LEGGERMENTE PER I PLAYER ONLINE. SONO I RISULTATI DELLA RICERCA REALIZZATA PER AFFARI&FINANZA DALL'ISTITUTO TEDESCO QUALITÀ E FINANZA SU 23 COMPAGNIE ASSICURATIVE. ITALIA PRIMA AL MONDO PER NUMERO DI SCATOLE NERE

Vito de Ceglia

Milano

Risparmiare: è la parola d'ordine che serpeggia nella testa di ognuno di noi ogni volta che si avvicina il momento di stipulare una polizza assicurativa per un nostro veicolo, sia auto che moto. Gli interrogativi più comuni sono: meglio affidarsi a una compagnia online o ad una fisica? In entrambi i casi, quali sono le più economiche? Per capirlo, la regola è sempre la stessa: confrontare le diverse offerte presenti sul mercato, scegliere quella più adatta alle nostre esi-

genze e al nostro profilo, oltre che al nostro portafoglio.

A quanto sembra, almeno una certezza ce l'abbiamo: in Italia il costo della Rc auto è calato nel 2016, proseguendo un trend al ribasso iniziato nel 2012. Non è l'unica: il nostro Paese si conferma il primo al mondo nella diffusione delle scatole nere. Sta di fatto che, listini alla mano, il prezzo medio di un'assicurazione si attesta oggi intorno ai 421 euro, in flessione del 6,4% su base annuale. E ancora: le riduzioni più elevate si riscontrano tra le compagnie di media dimensioni e tra quelle che si avvalgono del web come canale distributivo. Anche se, rispetto ad un anno fa, la soddisfazione degli italiani nei confronti delle compagnie online registra un leggero calo, mentre guadagnano posizioni quelle con agenzie. Nel complesso, la variabilità dei prezzi nel territorio rimane ampia con costi tendenzialmente più alti nelle regioni del Centro-Sud, dove — per questo motivo — si concentra la maggiore

diffusione della *black box* che coinvolge 4 milioni di assicurati, oltre il 16% dei contratti stipulati nel nostro Paese.

È questa la fotografia che emerge sul mondo assicurativo in Italia dalla riceRc condotta in esclusiva per Affari&Finanza dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza, leader europeo nelle indagini di mercato in Paesi come Germania, Francia, Olanda e Spagna. Indagine che ritorna ad occuparsi, anche quest'anno, del tema spinoso delle assicurazioni delineando a sorpresa un quadro tutto sommato "positivo" per gli automobilisti italiani. Lo studio, che ha coinvolto le prime 23 compagnie operanti sul mercato nazionale delle Rc auto (secondo dati Ania 2016), è aggiornato a gennaio 2017 ed è diviso in due sezioni.

La prima confronta la convenienza dei premi offerti dalle imprese assicuratrici per 260 diverse combinazioni in base ai profili dei guidatori e ai capoluoghi di regione. La seconda valuta il livello di soddisfazio-



ne degli automobilisti attraverso un sondaggio online condotto tramite metodo Cawi, realizzato in collaborazione con l'Istituto ServiceValue su un campione di 3088 clienti, prendendo in considerazione 7 dimensioni della qualità del servizio offerto dalle compagnie: rapporto qualità-prezzo, ampiezza della garanzia, assistenza con i clienti, comunicazione con i clienti, efficacia nella liquidazione dei danni, sistema satellitare, online&app.

Nel complesso, dall'analisi emerge che la soddisfazione degli automobilisti italiani è in aumento. Ma con alcuni distinguo: «Il gradimento per le compagnie online è in leggero calo, mentre migliora per quelle con agenzie — sottolinea il direttore dell'Istituto, Christian Bieker — Cresce anche la valutazione degli automobilisti nei confronti della categoria del sistema satellitare e in quella dell'online&app: è la dimostrazione che la tecnologia piace sempre di più anche ai

clienti tradizionali. In questo segmento di mercato, peraltro, il rapporto qualità-prezzo offerto dalle società con filiali viene giudicato in modo più positivo. Sono loro, infatti, le più attive nel campo della telematica e sono percepite anche come più convenienti rispetto al passato».

Sempre in tema di tariffe, lo studio monitora poi le evoluzioni del settore soffermandosi sul fenomeno satellitare e, in particolare, sui premi con scatola nera che i clienti devono pagare. Premi comprensivi di eventuali canoni annuali per la box e garanzie accessorie. Dal confronto incrociato, si evince che la garanzia accessoria più venduta con la scatola nera sia quella dell'assistenza stradale. Ma forse il dato più sensibile è la conferma che il nostro Paese è il primo al mondo per installazione della black box.

«La scatola nera è un fenomeno molto italiano — dichiara il

direttore — Le compagnie la incentivano con bonus sui premi e con servizi accessori interessanti. Una tariffa sempre più personalizzata, che rispecchia lo stile di guida, rappresenta il futuro. L'Italia

è, quindi, all'avanguardia rispetto agli altri Paesi europei. In Germania, ad esempio, rispetto all'Italia, le tariffe Rc auto sono più basse e omogenee fra le regioni. Per questo, la telematica è quasi inesistente». Dal lato dei servizi, la ricerca mette in risalto il tentativo

delle compagnie di diventare sempre più competitive in tema di qualità, e non solo di convenienza. «Le assicurazioni dirette continuano a godere di una più alta soddisfazione dei clienti — conclude Bieker — anche se il loro vantaggio è diminuito sensibilmente quest'anno. Chi cerca un servizio standardizzato, veloce e conveniente rimane spesso molto contento dell'offerta online».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

(IL METODO)

Il valore delle polizze misurato su sette dimensioni

L'Istituto tedesco Qualità e Finanza ha analizzato, anche quest'anno, la convenienza dei premi Rca auto e la qualità del servizio delle prime 23 compagnie assicurative in Italia, assegnando i sigilli di qualità a 10 società di cui 6 sono filiali e 4 online. Per valutare la soddisfazione dei clienti, sono state individuate 7 dimensioni della qualità del servizio offerto dalle compagnie. Ogni dimensione è stata suddivisa in molteplici "sottodimensioni" per analizzare nel dettaglio tutti gli aspetti rilevanti del servizio alla clientela. Le società che hanno raggiunto un punteggio superiore alla me-

dia dei competitor, in termini di gradimento, sono rientrate nella categoria "Top". Quelle con punteggi superiori alla media delle assicurazioni "Top", sono state giudicate invece come "Ottime", cioè l'eccellenza. Nella super classifica finale, in ordine alfabetico, si sono distinte: Allianz, Axa, Reale Mutua, Unipolsai, Vittoria Assicurazioni, Zurich per le "tradizionali"; Genertel, Genialloyd, Direct Line, Linear per le online. Tra le "Ottime", nella prima categoria: Allianz, Axa e Reale Mutua. Nella seconda: Genertel e Genialloyd. (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

(IL SIGILLO)

Il "bollino blu" assegnato dopo il sondaggio con 3.008 clienti

L'Istituto tedesco Qualità e Finanza ha assegnato i sigilli di qualità alle compagnie assicurative italiane (filiali e online) che offrono il servizio migliore. I sigilli, conosciuti anche come "bollini blu", possono essere impiegati dalle aziende in qualsiasi strumento di comunicazione per aumentarne la credibilità. La soddisfazione degli clienti è stata riscontrata con un sondaggio online, condotto tramite

metodo Cawi, condotto in cooperazione con l'Istituto ServiceValue, nei mesi di novembre e dicembre 2016, basato sulle valutazioni di 3.008 clienti. "Top" sono tutte le compagnie che hanno ottenuto un punteggio superiore alla media del mercato RC auto analizzato. "Ottime", invece, le compagnie con un punteggio superiore al punteggio medio delle "Top".

© RIPRODUZIONE RISERVATA