

Questi orientamenti della nostra Autorità antitrust costituiscono motivo di preoccupazione per gli operatori, specie se li si considera nel quadro del decentramento realizzato dal Regolamento n. 1/2003 e li si pone a confronto con i variegati e talora più flessibili indirizzi delle Autorità antitrust di altri Paesi europei e, soprattutto, statunitensi. Aspetti, questi, che con ogni evidenza assumono grande rilievo in una competizione su mercati ormai globalizzati a livello mondiale.

L'INDAGINE SUL GRADO DI SODDISFAZIONE DEGLI ASSICURATI

Tra marzo ed aprile 2004 l'ANIA ha condotto, per il tramite dell'istituto di ricerca Eurisko, la periodica rilevazione sulla soddisfazione degli assicurati. L'indagine è stata effettuata su di un campione di tremila intervistati, rappresentativi degli assicurati italiani in età compresa tra i 18 e i 64 anni.

L'obiettivo della rilevazione è monitorare le tendenze del mercato, analizzare le caratteristiche della domanda, evidenziare le attese dei consumatori nei confronti del settore assicurativo, misurare gli indici di soddisfazione della clientela. La struttura dell'indagine è simile a quella delle passate edizioni, così da permettere un confronto nel tempo delle risposte.

Rimane positivo il rapporto con la propria impresa di assicurazione

I risultati confermano la solidità del rapporto tra assicurati e imprese. La percentuale di coloro che si dichiarano molto soddisfatti dalla propria impresa (ossia che ha attribuito un voto compreso tra 7 e 8 in una scala da 3 a 8) è pari al 56%, un valore elevato anche se in lieve diminuzione rispetto alla indagine precedente.

Il servizio offerto risulta l'elemento di forza (il 60% si dichiara molto soddisfatto), in particolare la percezione di serietà e di affidabilità è in aumento rispetto all'indagine precedente.

Il 76% degli intervistati si dichiara soddisfatto del proprio agente, contro il 71% dell'indagine precedente. Scende però al 27% (30% del 2001) la quota di coloro che prenderebbero in considerazione l'idea di seguire l'agente se questi dovesse in futuro lavorare per un'altra impresa.

Tre quarti degli assicurati "utilizzano" l'agenzia, il cui potenziale commerciale appare però sfruttato in misura ancora limitata. La stragrande maggioranza vi si reca infatti solo per pagare i premi (91%), molto minore è la quota di coloro che la utilizzano per richiedere informazioni o per stipulare nuovi contratti (rispettivamente, il 36% ed il 30%).

Nel complesso il 47% del campione si dichiara disposto a consigliare l'impresa di cui è cliente ad amici e parenti, mentre è molto elevata (86%) la quota di coloro che sono intenzionati a rimanerne clienti.



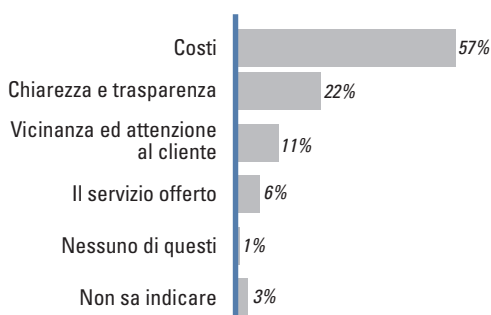
L'esercizio dell'attività assicurativa

INDAGINE EURISCO SUL GRADO DI SODDISFAZIONE DEGLI ASSICURATI
% del campione che attribuisce un voto compreso tra 7 e 8 in una scala da 3 a 8

| | AMBIENTE AGENZIA | AGENTE/SUBAGENTE | INFORMAZ. COMUNIC. | QUALITÀ DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO | FUNZIONAM. POLIZZA | BUON RAPPORTO CONTI/BENEF. | ORIENTAM. AL CLIENTE | DIMENSIONE ISTITUZION. | SODDISFAZ. COMPLESS. |
|------|------------------|------------------|--------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| 2001 | 60 | 71 | 55 | 60 | 52 | 40 | 60 | 62 | 59 |
| 2004 | 63 | 76 | 55 | 60 | 52 | 38 | 58 | 61 | 56 |

Il prezzo del servizio si conferma l'aspetto di maggiore insoddisfazione sia in termini assoluti, sia relativamente ai sondaggi precedenti. Solo il 38% del campione si dice pienamente soddisfatto del rapporto costi benefici (era il 40% nel 2001). Considerando tuttavia anche coloro che considerano "sufficiente" questo elemento, rimanendo pertanto nell'ambito di un giudizio positivo, la percentuale sale al 63%.

L'AREA SU CUI SI CONCENTRANO LE MAGGIORI INSODDISFAZIONI DEGLI ASSICURATI NEI CONFRONTI DEL SETTORE NEL SUO COMPLESSO, INDIPENDENTEMENTE DAL RAPPORTO CON LE IMPRESE DI CUI SONO CLIENTI.

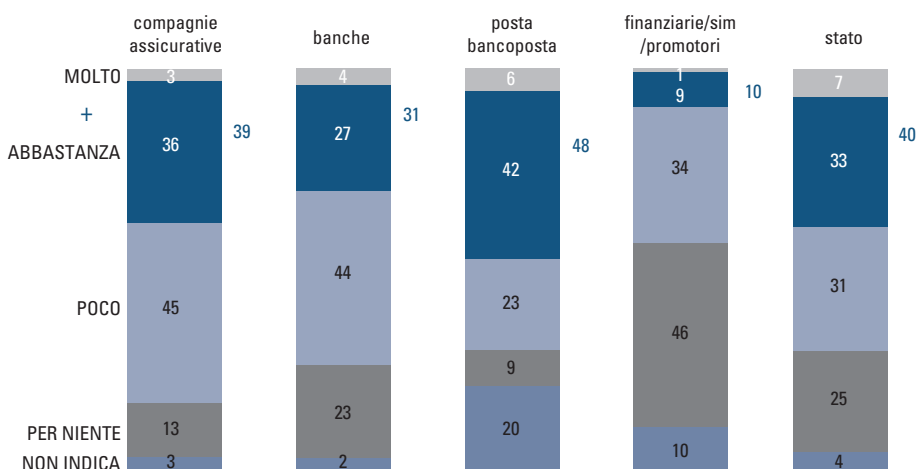


La soddisfazione nei confronti della propria impresa di assicurazione si riflette sul giudizio che gli intervistati hanno del settore nel suo complesso. Alla domanda su quale sia l'area di maggiore insoddisfazione, il 57% ha indicato i costi, mentre il 22% ha lamentato una scarsa chiarezza e trasparenza. Molto limitata è la quota di coloro che ritengono insoddisfacente la vicinanza al cliente e la qualità del servizio offerto.

La fiducia nell'assicurazione vita

Il grado di soddisfazione delle polizze vita è diminuito rispetto alla precedente indagine, la maggiore insoddisfazione si rileva in relazione al rapporto tra costi e benefici e ai rendimenti ottenuti; rimane invece elevato il grado di soddisfazione del servizio offerto. La quota di coloro che si dichiarano molto soddisfatti dalla propria polizza (ossia che ha attribuito un voto compreso tra 7 e 8 in una scala da 3 a 8) è pari al 40% per le polizze di investimento, al 43% per le polizze di puro rischio e al 37% per le polizze di natura previdenziale.

"LEI COME RISPARMIATORE/INVESTITORE QUANTA FIDUCIA RIPONE IN ...?"



Considerando anche coloro che esprimono un giudizio comunque positivo (attribuendo un voto 6), il livello complessivo di soddisfazione sale al 78% per le polizze di natura previdenziale, al 72% per le polizze di investimento, al 73% per le polizze di puro rischio.

Nel confronto con altri settori, è alta la percentuale degli investitori/risparmiatori che ripongono un grado di fiducia elevato nel settore assicurativo: il 39% degli intervistati ripone molta o abbastanza fiducia nei confronti del settore assicurativo, contro il 40% nei confronti dello Stato, il 31% nei confronti delle banche e il 10% nei confronti delle società di investimento. Le Poste sono l'istituzione in cui gli intervistati ripongono una maggiore fiducia (48%).

IL NUOVO SITO WEB DELL'ANIA

L'ANIA ha ideato e realizzato un nuovo sito associativo www.ania.it, che intende essere uno strumento cardine della comunicazione con il mondo delle imprese e gli stakeholders in generale e facilitare la diffusione dei *position paper*, degli studi e delle circolari prodotte.

Il sito, al momento del suo avvio, avvenuto agli inizi del mese di maggio, conteneva 1708 circolari; 1211 comunicazioni; 1506 allegati; oltre 500 grafici, per un totale di oltre 400 pagine web.

Il sito si rivolge a coloro che sono interessati ad ottenere informazioni e capire sia le problematiche del mondo assicurativo sia le attività che concretamente sta svolgendo l'Associazione. Si rivolge quindi ai rappresentanti di imprese di assicurazione, intermediari, ma anche ai giornalisti e parlamentari, funzionari della pubblica amministrazione, investitori finanziari, addetti dell'industria e del settore creditizio, associazioni dei consumatori, avvocati e medici legali, periti e carrozzieri, nonché assicurati reali o potenziali, interessati ad entrare in contatto con il mondo delle imprese di assicurazione.

Le Rubriche della home page

La home page è strutturata in modo tale da rappresentare un richiamo dinamico e fornire facile accesso alle informazioni di maggiore rilevanza in quel momento.

Da essa è possibile accedere alle seguenti rubriche:

In Primo Piano – Le notizie e gli orientamenti più recenti e di maggiore rilevanza per il settore, con i link agli approfondimenti, documenti ufficiali, articoli di giornale etc.

Focus – Rubrica di approfondimento economico, corredata di analisi, studi statistici, dati di settore.

Assicurativi nel mondo – Spazio di carattere finanziario, che dà le quotazioni di borsa dei primi 100 titoli assicurativi, nel tempo e comparati con l'indice dell'andamento di borsa e dei mercati esteri. La fonte è Datastream e vengono pubblicati e aggiornati giornalmente oltre 500 grafici.

