



dossier

**Polizze auto
le pagelle
dell'Istituto
tedesco
di qualità**

da pagina 27
a pagina 29

Faro sulle assicurazioni dei veicoli cresce la soddisfazione dei clienti

AD UN ANNO DALL'ULTIMO CHECK, L'ISTITUTO TEDESCO DI QUALITÀ E FINANZA NOTA L'AUMENTO DI GRADIMENTO RELATIVAMENTE A COSTI E SERVIZI OFFERTI. SALE IL RICORSO ALLE SCATOLE NERE E ALLE PROPOSTE TELEMATICHE. L'ENTE HA CERTIFICATO I DIVERSI LIVELLI DI ECCELLENZA

Vito de Ceglia

Milano

Ogni anno arriva puntuale il momento di pagare l'assicurazione auto, e la preoccupazione degli italiani è sempre la stessa: quanto mi costerà? Non è l'unico assillo, però. Ci sono anche altre variabili che giocano un peso non meno significativo sulla scelta finale: ad esempio, la componente qualitativa del servizio offerto da un'agenzia quando si parla di liquidazione danni, assistenza in caso di incidenti e digitalizzazione della comunicazione. Tutte voci che un automobilista analizza con molta attenzione, prima confrontando le tariffe online e poi scegliendo la polizza che risponde meglio alle sue aspettative. A maggior ragione se vive nel Sud Italia dove la spesa per un'assicurazione può essere assai onerosa.

A rilevarlo è la ricerca condotta in esclusiva per Affari e Finanza dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza, leader europeo nelle indagini di mercato in Paesi come Germania, Francia, Olanda e Spagna. Ricerca che ritorna ad occuparsi, anche quest'anno, del tema spinoso delle assicurazioni a sei mesi di distanza

dall'approvazione del recente decreto sulla Concorrenza diventato finalmente legge (la 124/2017). Una norma che ha introdotto interessanti novità che regolano il rapporto assicurato-assicuratore, tra cui: l'obbligo a tariffare ogni rischio, incentivi per chi accetta di montare la scatola nera, tutela dei dati raccolti con i dispositivi telematici, libertà di scelta dell'officina di fiducia per riparare il veicolo.

Per avere un quadro rappresentativo dei premi offerti sul mercato, l'Istituto tedesco ha contattato oltre 30 compagnie assicurative, chiedendo la loro offerta rispetto a ben 13 profili studio. Sono stati infatti delineati 5 guidatori tipo in Italia, con differenti tipologie di veicolo. Per 4 di questi sono stati richiesti i premi RC Auto puri, con scatola nera, con assistenza stradale ed infine con incendio e furto. Il quinto profilo, invece, corrisponde a colui che intende assicurare un motociclo. Per analizzare a livello territoriale l'offerta delle compagnie, l'Istituto ha richiesto i premi per i 20 capoluoghi di regione italiani.

Il risultato di questa grande ricerca? Un confronto di oltre 5.700 premi RC Auto, sulla base del quale l'Istituto ha individuato le migliori tariffe presenti sul mercato. I riflettori, come nella precedente indagine, restano puntati sulle scatole nere. La loro diffusione, infatti, continua a crescere soprattutto in quelle provincie dove i premi sono particolarmente alti. In parallelo, si consolida anche la preferenza degli automobilisti per l'offerta telematica, opzione scelta ormai da oltre 4 milioni e mezzo di italiani.

Per valutare la convenienza dei premi RC Auto delle compagnie, la ricerca ha prima incrociato 260 combinazioni profilo-capoluoghi di regione e poi ha assegnato un voto scolastico per indicare il risparmio medio relativo dei loro premi rispetto ai vari profili analizzati. Le compagnie, che hanno ottenuto un voto superiore rispetto alla media dei voti di tutte le compagnie analizzate, sono rientrate nella categoria di valutazione "Top". Le compagnie, invece, con un voto superiore alla media delle "Top" sono rientrate nella categoria di valutazione "Ottime".

Alla fine, lo spaccato che emerge dalla ricerca è tutto sommato positivo. «Rispetto all'anno passato, la soddisfazione degli italiani nei confronti del servizio offerto dalle proprie compagnie auto è cresciuta in media sia per le agenzie dirette che per quelle tradizionali con agenzie — conferma il direttore dell'Istituto tedesco Christian Bieker — L'incremento è maggiore per il mondo delle compagnie online: +0,7% rispetto al +0,4% delle tradizionali. Le risposte date dai clienti in Italia in tema di qualità delle compagnie RC Auto sono il frutto dell'incontro tra le aspettative e l'effettiva esperienza vissuta con il servizio. Notiamo che, da sempre, sono le compagnie online ad ottenere un punteggio sulla qualità più elevato del-

le compagnie con agenzie».

Un aspetto, quello della soddisfazione dei clienti, sul quale lo studio si è concentrato nella seconda parte dell'analisi. In particolare, la "customer satisfaction" è stata riscontrata con un sondaggio online rappresentativo della popolazione per area, sesso ed età. Il sondaggio è stato condotto tramite metodo Cawi (Computer Assisted Web Interview), condotto in cooperazione con l'Istituto di ricerca ServiceValue, nei mesi di novembre e dicembre 2017, basato su 2.430 giudizi della clientela delle compagnie assicurative per il prodotto RC Auto, degli ultimi 12 mesi.

Per valutare la soddisfazione dei clienti, sono state individuate 8 dimensioni della qualità del servizio offerto dalle compagnie. Ogni dimensione è stata suddivisa in molteplici "sub dimensioni" per analizzare nel dettaglio tutti gli aspetti rilevanti del servizio alla clientela. «La dimensione che ha riscontrato il maggior avanzamento è stata l'offerta telematica — conclude Bieker — Inoltre, quest'anno è stata introdotta una nuova dimensione della qualità: si tratta dell'innovazione di prodotto e servizio al fine di migliorare la customer experience. Qui i temi toccati sono stati l'offerta di garanzie accessorie innovative, l'assistenza in caso di imprevisti, la semplicità e la dinamicità a servizio del cliente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[L'ANALISI]

Più di 5.700 i preventivi messi sotto esame

Milano
L'Istituto Tedesco Qualità e Finanza, gruppo editoriale Burda, ha analizzato anche quest'anno la convenienza dei premi Rca auto e la qualità del servizio di oltre 30 compagnie assicurative in Italia, confrontando più di 5.700 preventivi. Dall'analisi incrociata delle tariffe, l'Istituto ha individuato le migliori presenti sul mercato.

Le società, che hanno ottenuto un punteggio sopra la media del mercato, sono rientrate nella categoria "Top". Quelle che hanno ottenuto pun-

teggi superiori alla media delle assicurazioni "Top", sono state giudicate invece come "Ottime": cioè, l'eccellenza.

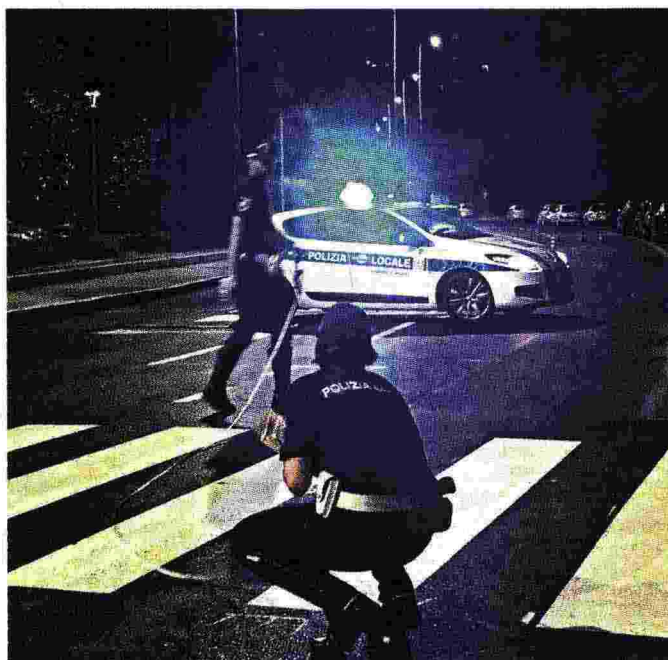
Nella super classifica finale — in ordine alfabetico — tra le "Ottime" si sono distinte per le assicurazioni "tradizionali con filiali: Allianz, Axa, Reale Mutua, UnipolSai. Tra le "Top": Groupama, Sara, **Vittoria Assicurazioni**. Per le agenzie online, tra le "Ottime": Genertel, Genialloyd. Una sola "Top": Zurich Connect.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Classifiche finali

COMPAGNIE CON FILIALI

Compagnia	VALUTAZIONE
Allianz	OTTIMA
AXA Assicurazioni	OTTIMA
REALE MUTUA	OTTIMA
UnipolSai ASSICURAZIONI	OTTIMA
Groupama	TOP
sara	TOP
sara assicurazioni	TOP
Vittoria Assicurazioni	TOP



COMPAGNIE ONLINE

Compagnia	VALUTAZIONE
genertel.it	OTTIMA
genialloyd	OTTIMA
ZURICH connect	TOP



Nella tabella qui a fianco sono mostrate solo le compagnie vincitrici



Qui sopra
Manlio Lostuzzi (1)
ad Genertel;
Carlo Cimbrì (2)
ad UnipolSai

Valutazioni raccolte tra Novembre e Dicembre 2017. Ordine alfabetico delle compagnie all'interno delle due categorie di valutazione "OTTIMA", "TOP".
"TOP" sono tutte le compagnie che hanno ottenuto un punteggio sopra la media del mercato "OTTIME" sono le compagnie con un punteggio sopra la media delle compagnie "TOP".
Fonte: Istituto Tedesco Qualità e Finanza su dati ServiceValue

[L'ATTESTATO]

I "bollini blu", un sigillo di credibilità per le aziende promosse

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

condotto tramite metodo Cawi, condotto insieme all'Istituto ServiceValue nei mesi di novembre e dicembre 2017, basato su 2.430 giudizi della clientela delle compagnie assicurative per il prodotto RC auto degli ultimi 12 mesi. Per valutare la soddisfazione dei clienti, sono state individuate 8 dimensioni della qualità del servizio offerto dalle compagnie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA