

Va a caccia dell'offerta migliore in Rete il cliente che cambia spesso compagnia

Chiesti e ottenuti i preventivi non ha nessuna difficoltà a diversificare le scelte tra compagnie tradizionali e dirette

ROSARIA AMATO

Patrizia ha avuto in 15 anni cinque incidenti stradali. Daniele, suo marito, nello stesso periodo nessuno. Ecco perché per le polizze RC Auto e furto e incendio per le due auto di famiglia hanno scelto due compagnie diverse. La polizza intestata a Patrizia fa capo a una compagnia tradizionale, quella intestata a Daniele è stata stipulata on line con una compagnia di assicurazione diretta. Patrizia avrebbe perso da una quarantina a un centinaio di euro l'anno stipulando la polizza con una compagnia diretta mentre Daniele, "firmando" per una diretta risparmia ogni anno circa il 25%. Scelte analoghe di tipo "misto" vengono fatte in

misura sempre anche da un unico assicurato, che per un certo tipo di polizza (di solito quelle automobilistiche) sceglie una compagnia diretta, e per altre, come un'assicurazione vita o una polizza per la casa, preferisce una compagnia tradizionale.

Gli assicurati "misti", spiega Ivano Daelli, dell'area economica-giuridica dell'associazione Altroconsumo, sono una discreta pattuglia: «Sicuramente si collocano all'interno di una cate-

goria che noi consideriamo la punta di diamante degli assicurati, corrispondente a una quota di mercato del 5-10%. Sono persone che hanno una certa facilità all'uso del computer e di Internet, e che tendono a cambiare compagnia ogni anno». Ma perché per le varie polizze si può decidere di stipulare con compagnie diverse? «A volte la scelta è obbligata — rileva Daelli — perché alcuni prodotti su Internet non si trovano. In Rete si vende facilmente tutto quello che è standardizzato, e quindi in prevalenza le polizze auto e moto. Mentre, per esempio, quelle casa o vita sono spesso molto sofisticate e molto diverse tra di loro».

E quindi l'assicurato spesso opta per compagnie diverse, giostrando tra dirette e tradizionali. Un criterio che sembra in crescita: dall'ultima indagine CAI (ex Divisione Ricerche di Databank), emerge un aumento della quota di clienti "infedeli", che sono passati da una compagnia all'altra e che prevedono di farlo in occasione del rinnovo. Aumenta inoltre la quota di chi chiede preventivi ad altre compagnie. Attività resa anche più semplice dalla presenza di diversi broker assicurativi che operano on line: tra i siti più frequentati c'è quello di Assiteca, 6sicuro. it. I gestori hanno elaborato un profilo del cliente che non stipula una polizza senza un accurato confronto delle tariffe: si tratta di un quarantenne, nel 74% dei casi maschio, che per il 30% dei casi risiede nel Nord-Ovest, per il 21% nel Nord-Est e per il 30% al Centro. Solo l'11% risiede al Sud e l'8% nelle isole. Per il 33% si tratta di impiegati/quadri.

