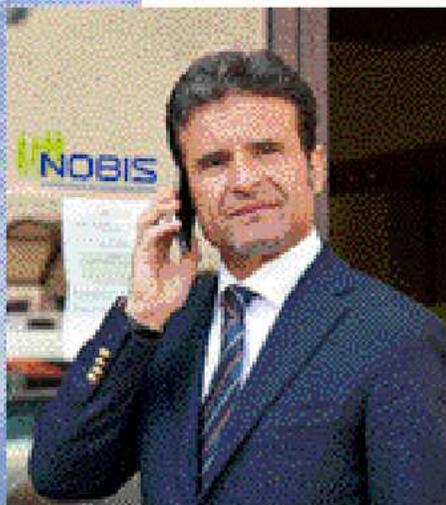


Nate *per proteggere*

Attività e beni sono esposti a rischi e le risposte del mondo assicurativo sono tante.

Come orientarsi? Il parere dell'esperto di Nobis



Alberto Di Tanno, azionista di maggioranza della compagnia di assicurazioni Nobis, nata a Torino nel 2008

Oltre agli operatori tradizionali, sul mercato si stanno affacciando anche compagnie che si rapportano in modo diretto con il cliente usando internet e il telefono, banche, promotori finanziari.

Come può orientarsi il cliente? L'abbiamo chiesto a un esperto del settore, Alberto Di Tanno, azionista di maggioranza di Nobis, compagnia che opera nell'ambito dei prodotti assicurativi danni.

«L'attuale offerta - spiega Di Tanno - è caratterizzata da un ventaglio di proposte molto simili tra loro. Proprio per questo hanno preso piede gli strumenti di comparazione web, capaci di confrontare i prezzi a quasi parità di contenuti. Compagnie che si sono affacciate recentemente sul mercato possono rappresentare una grossa opportunità di differenziazione e stimolo. Il cliente ha, comunque, a disposizione diversi canali informativi: primi tra tutti i siti internet delle compagnie. Tradizionalmente, però, preferisce rivolgersi all'intermediario di fiducia, dando più importanza alla relazione che al rapporto contenuto/prezzo».

Quali sono le caratteristiche più importanti da analizzare prima di scegliere?

«Il settore assicurativo è vigilato e caratterizzato da

Dalle polizze auto a quelle che proteggono dai rischi la propria attività o abitazione, alle coperture per i danni causati a terzi. E, oggi, più che mai, anche prodotti previdenziali, assicurazioni sulla vita e sanitarie. In una società dove persone, lavori e beni sono esposti a molteplici rischi, tante sono le risposte del mondo assicurativo. In Italia il settore dà impiego a circa 300 mila persone.

una normativa dedicata e stringente. Tutte le compagnie nascono con obiettivi di medio/lungo periodo, quindi fanno della sostenibilità uno dei driver principali di sviluppo. In Italia abbiamo i più alti indici d'Europa relativi alla solvibilità delle imprese di assicurazioni. Di sicuro gli aspetti più importanti per il cliente sono la tempestività nelle risposte, la qualità del servizio, le competenze specifiche di settore e la capacità di non trasferire le proprie inefficienze nei prezzi delle coperture. Viviamo, infatti, in un'epoca nella quale i clienti non sono più disposti a pagare per sprechi e privilegi».

Quali sono le polizze più vendute e i canali preferiti per acquistarle?

«L'Italia è un Paese sotto-assicurato rispetto ai Paesi europei più evoluti. Gran parte dei premi assicurativi nei rami danni orbitano intorno al bene auto. Il canale delle agenzie la fa da padrone, intermediando oltre l'80 per cento delle polizze. Per il futuro prevediamo meno agenzie ma di maggiori dimensioni. Aumenteranno i broker e, le polizze vendute da compagnie dirette/telefoniche e da banche».

Su che cosa stanno puntando le assicurazioni per emergere tra i concorrenti?

«La partita si gioca sulla qualità della relazione e sulla capacità di trasferire al cliente gli aspetti innovativi e le evoluzioni dei contenuti di prodotto».

E Nobis?

«La forte specializzazione nel settore automotive ci è già stata riconosciuta dal mercato e ha supportato la crescita della nostra compagnia. Oggi Nobis punta a fare la differenza facendo leva su quattro aspetti determinanti: la qualità della relazione, la capacità di contenere i costi sulla catena di fornitura e il forte contrasto alle frodi per offrire polizze vantaggiose in termini di prezzo e di servizio. E poi l'indennizzo in forma specifica, ove applicabile. Ritengo infatti che il dealer auto sia un attore importante della distribuzione assicurativa del futuro: il poter vendere questa copertura lo aiuta a fidelizzare il cliente» ■