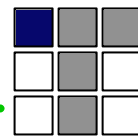


NewsLetter

ANNO VIII - NUMERO 33



IL GRUPPO ASSITECA MISURA L'INDICE DI FIDUCIA DELLE IMPRESE ITALIANE NELLE ASSICURAZIONI

Il broker di assicurazioni è per definizione un professionista al servizio del Cliente, una figura che non si limita a vendere un prodotto, ma che mira ad offrire un servizio il più completo possibile ai suoi interlocutori. Nella completezza del servizio non possono mancare l'impegno a creare una corretta "cultura assicurativa" e la volontà di contribuire, attraverso l'aggiornamento continuo, alla sua divulgazione presso il mondo imprenditoriale.

Il Gruppo Assiteca ha sempre perseguito questa strada proponendo negli anni strumenti efficaci di formazione e informazione: la newsletter, gli approfondimenti tecnici, i seminari e i convegni organizzati in collaborazione con le associazioni industriali. Seguendo l'indirizzo preso e cercando di interpretare le specifiche esigenze del mercato assicurativo e le sue naturali evoluzioni, Assiteca ha promosso lo scorso inverno in collaborazione con Abacus, un'indagine su 500 aziende di ogni dimensione e settore di attività, che ha permesso, per la prima volta in Italia, di definire con un vero e proprio indice il rapporto di fiducia tra aziende e assicurazioni.

L'indice non è stato calcolato secondo i consueti parametri che qualificano le indagini di customer satisfaction, bensì sulla misurazione dello scostamento tra le aspettative delle aziende e le risposte delle assicurazioni, sulla base di un confronto con altri settori/istituzioni affini alle assicurazioni, nonché attraverso l'analisi delle componenti anche di natura emotiva che influenzano le relazioni fra assicurato e assicuratore.

Ecco quindi in sintesi gli obiettivi della ricerca:

- Confrontare la fiducia riposta nelle assicurazioni rispetto ad altri comparti dell'economia;
- descrivere i comportamenti, gli atteggiamenti e le esperienze delle aziende con le assicurazioni;
- valutare le attese e la soddisfazione degli intervistati verso le compagnie di assicurazione;
- costruire un **indice sintetico di fiducia** di imprese e consumatori nei confronti delle assicurazioni.

GRUPPO ASSITECA

(Segue da pag 1)

Il campione

L'indagine ha riguardato un campione nazionale di oltre 500 aziende italiane tra i 20 ed i 500 dipendenti: il campione è stato costruito in modo da essere rappresentativo della dimensione aziendale e dei settori di riferimento, intesi come industria, commercio e servizi (fig.1).

Sono stati intervistati i responsabili aziendali in tema di assicurazioni, il che significa per la maggior parte (oltre il 40%) responsabili amministrativi, top management/proprietari (oltre il 30%), e risk manager (3%).

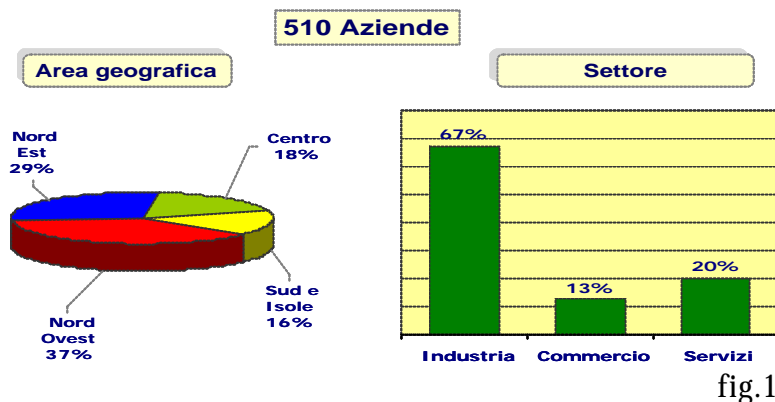
Qualificata la presenza di donne (circa il 40%) e titolo di studio generalmente medio-alto: il 77% del campione ha conseguito un diploma e il 16% una laurea.

Il confronto tra assicurazioni/altri settori

Come sottolineato in precedenza l'indice di fiducia vuole riferirsi a specifici comportamenti delle aziende verso le assicurazioni.

Per queste ragioni si è ritenuto opportuno procedere ad un confronto con settori/istituzioni affini.

Caratteristiche del campione



Ciò che si manifesta è l'estrema fiducia degli intervistati nei confronti della Banca d'Italia (52%), seguono, molto distanziate, le assicurazioni e le banche (appaiate al 21%) e le poste (20%); chiudono la "classifica" la borsa (12%) e le società finanziarie (9%) (fig.2).

Nel confronto con altre figure professionali gli assicuratori, col loro 17%, godono di una fiducia inferiore rispetto ai commercialisti(36%), rispetto ai consulenti del lavoro (33%) ed agli avvocati (21%).

Fiducia nelle istituzioni % di persone che hanno molta fiducia

1. Vorrei che mi desse un giudizio sulla fiducia da Lei riposta in alcune istituzioni economiche e finanziarie.

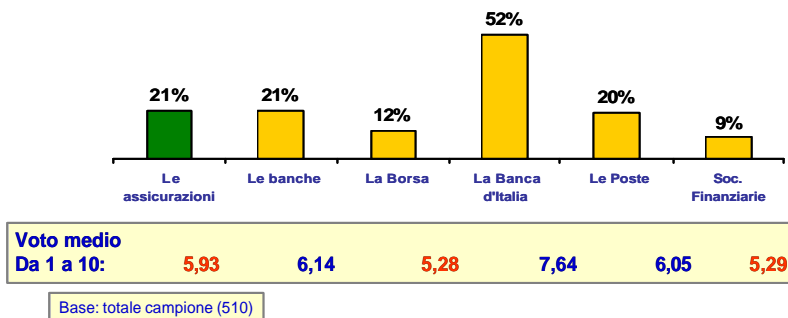


fig.2

I giudizi sulle assicurazioni: aree di forza e aree di debolezza

In generale le aziende intervistate sono globalmente soddisfatte dal mercato assicurativo ed il loro giudizio nel complesso risulta positivo: in linea di massima il settore assicurativo pare soddisfacente ma se ci si addentra nell'analisi, e si misura lo scostamento tra bisogni e offerte, emergono significative aree di debolezza.

In particolare possiamo scomporre il giudizio sulle assicurazioni relativamente a tre aree: *l'istituzionalità; il prodotto; la professionalità*

La prima area è determinante nella positività del giudizio: istituzioni solide, ben strutturate e con una tradizione tale da garantire la sicurezza della propria scelta sono fondamentali al momento della sottoscrizione della polizza.

Gli altri due aspetti influenzano negativamente il giudizio sulle assicurazioni.

Si evidenzia una seria insoddisfazione nei confronti del "prodotto" offerto: chiarezza e trasparenza e il rapporto costi-benefici risultano essere ad un livello molto inferiore alle aspettative.

Un'altra area di insoddisfazione è quella della professionalità:

Analisi della relazione importanza/performance

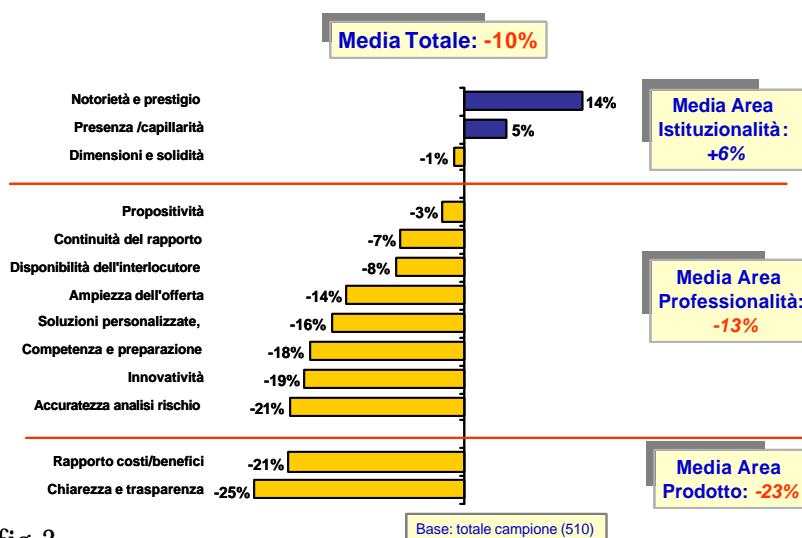


fig.3

accurata analisi del rischio, competenza, propensione a l l ' i n n o v a z i o n e , personalizzazione delle soluzioni sono al di sotto delle aspettative. La sensazione che se ne trae è che le compagnie propongano comunque delle soluzioni standard che adattano in modo non completamente soddisfacente alle diverse esigenze del Cliente (fig.3).

Chiedendo ai nostri intervistati come sia modificato il loro giudizio nei confronti delle compagnie di assicurazioni nel corso degli ultimi anni, scopriamo che essi si dividono, quasi equamente, in tre gruppi: per una parte è migliorato (e in generale questo miglioramento è trainato da un'esperienza positiva nel momento liquidativo); circa un terzo degli intervistati lamenta invece un calo di fiducia, dovuto a un peggioramento del servizio offerto o a un rapporto qualità/prezzo meno competitivo; per i rimanenti non c'è stato alcun cambiamento di giudizio.

Le ansie, i timori e la conflittualità percepita

Per quanto riguarda il rapporto per così dire più di natura emozionale, l'indice rivela che, pur non essendoci forti ansie e timori riguardo la stipulazione dei contratti di assicurazione, esiste comunque un sottile "malessere" generato dal fatto che le compagnie, per il 39% degli intervistati, "pensano più a vendere i propri prodotti che ad offrire un servizio".

Non esiste invece una particolare preoccupazione per il futuro del settore: i timori si concentrano su problemi più concreti, ovvero su un possibile aumento dei premi e sulla percezione di una maggiore conflittualità.

L'indice di fiducia

In generale gli intervistati sono globalmente soddisfatti dal mercato assicurativo e il loro giudizio nel complesso risulta sufficiente; sicuramente, però, siamo di fronte ad una sufficienza "sofferta",

con un indice che si attesta su un valore di 61/100 (fig.4).

Per evidenziare le dinamiche interne all'indice esso è stato scomposto in quattro componenti:

- 1) Percezione generale del settore;
- 2) Soddisfazione riguardo i propri fornitori (istituzionalità / professionalità/prodotto);
- 3) Pregiudizio nei confronti del settore - ansie e timori;
- 4) Conflittualità percepita - attuale e potenziale.

Queste aree, due positive e due negative, concorrono quindi a determinare l'indice

sintetico di fiducia.

Le componenti sono state scelte con l'obiettivo di identificare aree diverse, cui sottostanno problematiche non omogenee: i sotto-indici sono quindi di proposito poco correlati tra loro, al fine di poter essere indagati anche separatamente.

L'indice generale di fiducia vuole fornire il "polso" del clima del mercato assicurativo presso le aziende italiane e consentirà di monitorare l'evoluzione della fiducia nel tempo.

Indice di fiducia - Valori Totali

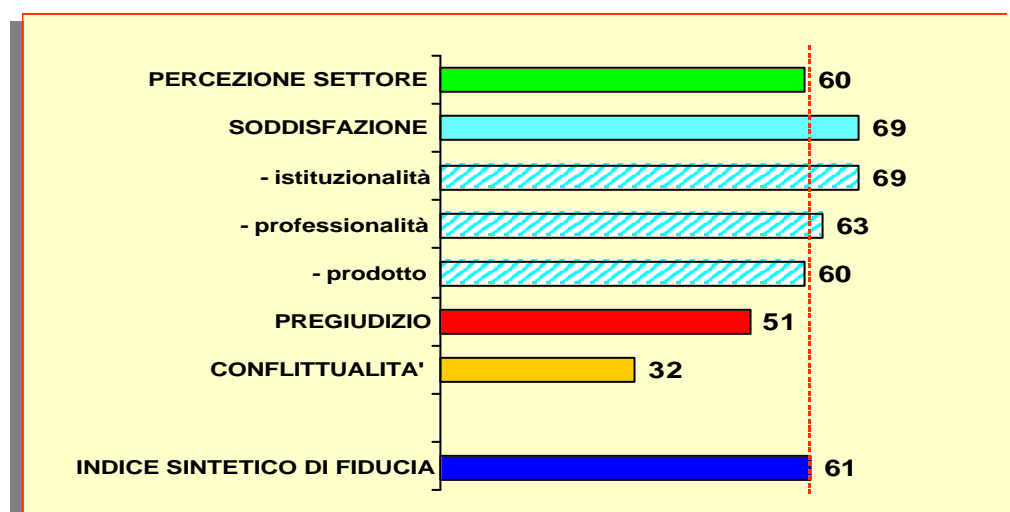


fig.4

Le differenze geografiche

Dall'indice si evidenzia poi come la situazione non sia omogenea tra le imprese: più soddisfatte risultano le imprese del Nord Ovest, seguite da quelle del Centro Italia, mentre i rapporti più problematici riguardano le imprese al Sud e del Nord Est (fig.5).

Ciò può essere spiegato analizzando la struttura industriale di queste regioni. Infatti le aziende più grandi sono mediamente più soddisfatte di quelle di minori dimensioni, presenti principalmente nel Nord Est e nel Sud.

Probabilmente il servizio alle imprese è più tarato su quelle di maggiori dimensioni.

Conclusioni

Dalla lettura dei risultati e da una loro prima analisi, l'impressione complessiva è che le imprese italiane non nutrano nei confronti del settore assicurativo una fiducia piena e consapevole: l'ottenimento di una sufficienza del 61/100, per l'esiguità del risultato, può essere definita una sufficienza "sofferta".

Oltre ad esserci da parte delle compagnie di assicurazione una certa inerzia nel proporre nuove coperture a fronte di nuovi rischi e quindi una rinuncia all'innovazione, si denota, ed è a parer nostro elemento ben più preoccupante, una scarsa propensione verso un'accurata analisi del rischio e un basso livello di personalizzazione delle polizze.

Evidentemente manca, o non è comunque sufficiente, la capacità di soddisfare una domanda sempre più evoluta e complessa, determinata anche dall'evoluzione del contesto economico-competitivo di riferimento.

A fronte di questo sviluppo nelle richieste, esplicite ed implicite, delle imprese la professionalità e l'esperienza del Gruppo Assiteca possono essere la risposta più esauriente e completa per concretamente soddisfare, se non addirittura anticipare, le loro necessità assicurative.

Indice di fiducia delle assicurazioni Indice Sintetico – eterogenità tra le categorie

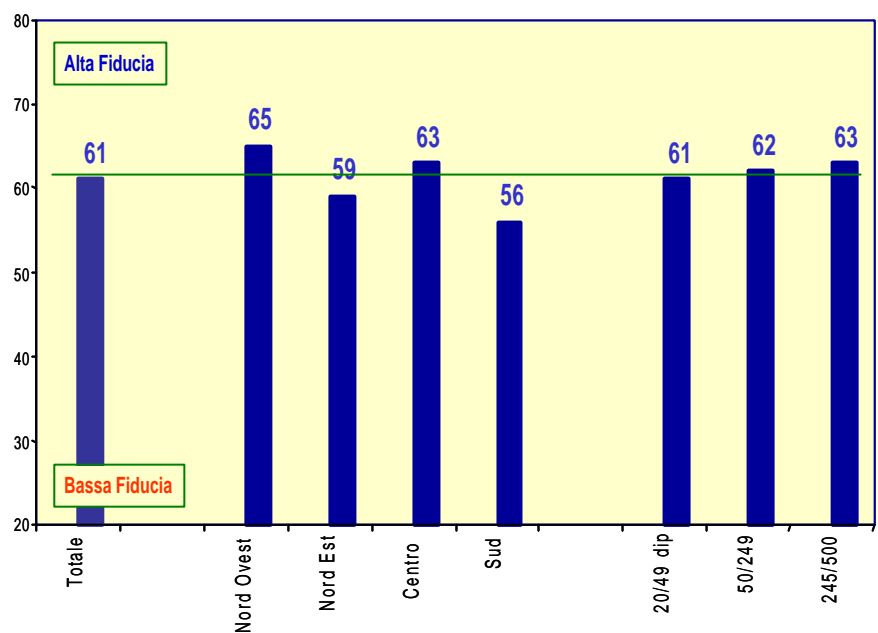


fig.5

IL SERVIZIO INTERNAZIONALE

Il Gruppo Assiteca, nell'ambito di una politica di internazionalizzazione che ha avuto il suo culmine nella partnership con **EOS RISQ**, ha ideato un **Servizio internazionale**, il cui obiettivo è quello di fornire all'Azienda Cliente tutti gli strumenti utili alla copertura e al controllo dei rischi connessi all'attività estera. In particolare il servizio internazionale svolge due compiti fondamentali:

Attività di Risk Management

- L'analisi dei rischi e della situazione assicurativa: verifica dei rischi connessi all'attività svolta localmente e delle esigenze delle singole unità territoriali.
- Il Programma Assicurativo Internazionale: definizione della corretta struttura del programma.
- Il Budget Assicurativo: valutazione delle spese necessarie per la realizzazione del programma.

Obiettivi per l'azienda cliente: attuare immediate revisioni delle politiche assicurative locali; armonizzare la strategia assicurativa internazionale; conseguire significative economie di scala.

Gestione dei programmi internazionali

- Analisi del mercato assicurativo internazionale per identificare le compagnie più indicate.
- Gestione delle polizze e dei sinistri (scadenze/rinnovi, risarcimenti, rapporti con le Compagnie).
- Monitoraggio del programma: controllo e revisione periodica.

Obiettivi per l'azienda cliente: avvalersi delle primarie Compagnie internazionali; disporre di un unico interlocutore assicurativo; mantenere una visione aggiornata della situazione assicurativa.

A cura di:
Direttore Responsabile: E. Tettamanzi
Hanno collaborato: S. Caselli; Abacus
Redazione: L. Pastori

GRUPPO ASSITECA

Direzione Generale: Via Sigieri, 14 - 20135 Milano - Tel.02.54679.1; Fax 02.55192298
AZIENDA CERTIFICATA ISO 9001
www.gruppoassiteca.com - assiteca@assiteca.it

Assiteca Spa Milano, Genova, Lecco, Manzano (Ud),
Pescara, Taranto

Assirein Spa Torino
Assiteca Nord-Est Srl Verona

Assiteca Piacenza Srl Piacenza

Assiteca BSA Srl Modena

Italteca Srl Roma, Catania

Assiteca Napoli Spa Napoli

EOS RISQ: Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Francia, Gran Bretagna, Germania, Irlanda, Lussemburgo, Olanda, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Turchia, Ucraina, Ungheria.