

Nextplora/Assicurazioni: il 74% degli italiani sceglie una compagnia tradizionale

Diffusi i dati dell'Osservatorio Assinext: auto, casa e vita le polizze più diffuse

Milano, novembre 2015 – Gli italiani sono fedeli alle loro assicurazioni: è quanto emerge dalla 7° edizione dell'**Osservatorio Assinext**, l'analisi condotta dall'Istituto di ricerca **Nextplora** su un campione rappresentativo di **5.000 italiani**, internauti e maggiorenni, intestatari di almeno una polizza RC auto.

Secondo i risultati divulgati dall'Istituto specializzato in metodologie di ricerca avanzate e associato a IAB e Assirm, quello italiano si conferma un popolo previdente: sul totale degli intervistati, il **74%** dichiara di possedere una **polizza assicurativa tradizionale** mentre il **22%** preferisce quella **diretta** e il restante **4%** è intestatario di entrambe.

Negli ultimi due anni, infatti, **gli intestatari delle tradizionali si sono riavvicinati al comparto**, sia per via dell'intensificazione della comunicazione da parte delle compagnie sia per far fronte alla crisi e alla conseguente diminuzione della spesa - che ha dato vita ad esigenze assicurative più complesse.

Affidarsi ad una polizza tradizionale sembrerebbe rassicurare gli italiani sul fronte dell'**affidabilità** e della **trasparenza** del servizio ma soprattutto dar loro maggiori certezze in termini di **convenienza del premio assicurativo**.

Quali sono le altre polizze stipulate dagli italiani? In primis quelle sulla **casa** (22%), a seguire le polizze sulla **vita** (18%); percentuali consistenti riguardano anche gli **infortuni** (13%) e le **spese mediche** (9%). A dettare la **scelta della compagnia**, per le polizze dirette e le tradizionali, c'è al primo posto la **convenienza del premio**, seguita da **incentivi e scontistiche** e della facilità di stipulare un'assicurazione; influenti anche i consigli di familiari/amici e la brand awareness.

*"Stiamo assistendo ad una ripresa del dinamismo del comparto, che ha registrato nell'ultimo anno un'evoluzione positiva nel suo complesso" - commenta **Andrea Giovenali**, CEO di Nextplora - "La sfida per il prossimo futuro interessa le compagnie dirette, che dovrebbero abbandonare la loro attitudine ad imporsi solo tramite la dinamica del costo ridotto, acquisendo quote di mercato sulla base di componenti non esclusivamente economiche."*

Nextplora è l'Istituto leader in metodologie di ricerca che impiegano le tecnologie più avanzate per l'indagine sull'opinione e il comportamento delle persone in contesti digitali e tradizionali, e l'estrazione di "intelligenza" dai dati creati e disponibili.

Le informazioni che produce servono alle aziende per sviluppare e promuovere, attraverso investimenti virtuosi, prodotti più utili, marchi più attraenti, e servizi più efficienti che migliorino la vita alle persone, per conseguire risultati economici superiori ed eccellenti.

<http://www.nextplora.com>

<https://twitter.com/Nextplora>

<http://ideeopinioni.nextplora.com>

Ufficio stampa Nextplora

eos comunica

Via Antonio Canova, 6 – Milano

02. 87071750

Paolo Monti

paolo.monti@eoscomunica.it

Mob. 393.9802757

Daniela Mase

daniela.mase@eoscomunica.it

Mob. 393.9540522