

Nextplora/Assicurazioni: è il digitale il 1° canale di scelta

Secondo l'Osservatorio Assinext 6 italiani su 10 utilizzano i comparatori online. In crescita anche l'utilizzo del mobile

Milano, febbraio 2016 – **9** italiani su **10** conoscono almeno un comparatore online e più della metà della popolazione lo utilizza: a rivelarlo i nuovi dati della XII edizione dell'**Osservatorio Assinext**, l'analisi condotta da **Nextplora** - Istituto specializzato in metodologie di ricerca avanzate associato a IAB e Assirm - su un campione rappresentativo di **5.000 italiani**, internauti e maggiorenni, intestatari di almeno una polizza RC auto.

Secondo i risultati dell'indagine è il **web il canale informativo privilegiato (60%)** nella scelta della propria polizza assicurativa, preferenza che raggiunge il **79%** per i clienti di **polizze dirette**. Oltre ai comparatori online, gli assicurati dichiarano di utilizzare anche i siti web delle compagnie, i *preventivatori* rapidi, blog, forum, siti istituzionali e piattaforme dedicate al settore dell'automobile.

I **comparatori online** - considerati dalla maggioranza del campione intervistato utili, attendibili e competitivi - sono preferiti perché permettono di ottenere **un confronto comodo e veloce** tra polizze dirette e tradizionali. Anche se eletti a punto di riferimento del settore delle polizze assicurative RC Auto, tuttavia, i comparatori on line non vengono apprezzati da tutti: una parte minoritaria (meno del 20% del campione) li considera semplici forme di promozione pubblicitaria non adatte ad offrire soluzioni complete e competitive.

L'Osservatorio Assinext fotografa risultati positivi anche per il settore del **mobile**: il **20%** degli assicurati auto in Italia dichiara di essere disposto ad utilizzare il cellulare come strumento di comunicazione con la propria compagnia assicurativa; si tratta di un trend variabile, che raggiunge il **30%** per i clienti delle compagnie dirette e si riduce al **18%** per quelli delle compagnie tradizionali.

Alla base di questo gap una differenza strutturale tra il profilo dei possessori di assicurazioni dirette e tradizionali. *"Il mercato delle RC Auto, oggi, viaggia a due velocità"* – commenta **Andrea Giovenali**, CEO di Nextplora - *da un lato troviamo una quota di clienti 2.0, possessori di assicurazioni dirette e aperti alla tecnologia ed al mobile; dall'altro lato c'è la fetta maggioritaria dell'utenza, meno tecnologica ed innovativa, che preferisce le dinamiche e gli strumenti delle compagnie tradizionali."*

Questa differenza tra i possessori di assicurazioni trova riscontro anche nei dati riguardanti l'utilizzo delle **app** per smartphone: il **23%** dei clienti delle polizze dirette dichiara di aver scaricato l'applicazione della propria compagnia assicurativa e il **13%** di usarla. Questi dati si riducono sensibilmente per i clienti delle polizze tradizionali: **l'11%** ha scaricato l'app ma solo il **5%** la utilizza.

Ufficio stampa Nextplora

eos comunica
Corso Magenta 85 - Milano
02. 4984324

Paolo Monti
paolo.monti@eoscomunica.it
Mob. 393.9802757

Daniela Mase
daniela.mase@eoscomunica.it
Mob. 393.9540522

NEXTPLORA 

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>
<https://www.facebook.com/ideeopinioni>