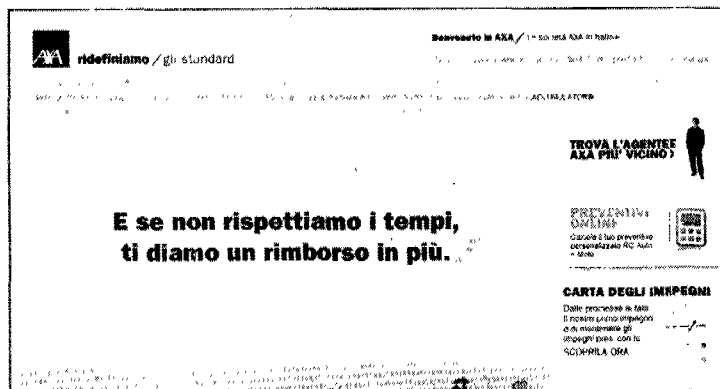


Parla Andrea Rossi, a.d. per l'Italia del gruppo assicurativo che punta sui risarcimenti rapidi

# Axa, fiducia vuol dire prodotto

## Carta degli impegni e agenti per conquistare nuovi clienti



La home page di Axa assicurazioni

DI ALESSIO ODINI

**C**ontatto diretto con i clienti attraverso la figura dell'agente, passaparola, comunicazione. E fiducia da conquistare con prodotti che rispettino le attese. È questa la strategia messa in campo in Italia da **Axa** Assicurazioni, la società dell'omonimo gruppo specializzato nella protezione finanziaria a livello mondiale, che ha scelto di riposizionarsi sul mercato tricolore, ridefinendo gli standard del rapporto con i clienti.

Il primo passo, nel dicembre 2008, è coinciso con la Carta degli impegni, con cui **Axa** si impone di liquidare i sinistri relativi ad auto e moto (danni materiali fino a 2 mila euro) entro 21 giorni dal ricevimento della denuncia. E qualora **Axa** non rispetti la scadenza, i clienti hanno diritto a un risarcimento. Dopo un anno, i risultati hanno dato ragione alla società: «La soddisfazione dei nostri clienti è aumentata», dice a *ItaliaOggi* **Andrea Rossi**, amministratore delegato di **Axa** assicurazioni, «i sinistri relativi alle auto (107 mila, contratti dal 6,1% dei clienti, complessivamente 1,75 milioni, ndr) sono stati risarciti entro 21 giorni nel

99,7% dei casi (il 71% in 10,9 giorni medi, ndr) e per quello 0,3% in cui non è stato possibile, abbiamo inviato ai clienti un assegno da 50 euro e un ulteriore bonus di 50 euro da utilizzare per il rinnovo o l'acquisto di un altro prodotto», secondo quanto prescrive la Carta degli impegni, estesa alle assicurazioni sulla vita (qui la puntualità nel risarcimento, su 15 giorni, è del 96,7%).

L'intento è quello di dare concretezza al settore assicurativo, che patisce ancora una «generale sfiducia» da parte dei clienti, dettata dalle tante promesse del mercato, ancora oggi «poco tangibili». Da qui, il tentativo di invertire l'opinione diffusa con strumenti come la Carta degli impegni, «che andrà ulteriormente migliorata ed estesa ad altre polizze», insieme a «prodotti e soluzioni innovative» che guardino anche alla «prevenzione dei sinistri, per esempio nel caso dei giovani automobilisti».

Tuttavia, per emergere in Italia, «un mercato maturo, ma con le caratteristiche positive di un paese emergente», non si può prescindere dalla figura dell'agente. «La nostra rete è composta da 750 agenzie», spiega l'a.d. di **Axa** Assicu-

razioni, «e gli agenti hanno un ruolo fondamentale, perché solo loro sono in grado di fornire ai clienti tutta la consulenza necessaria per coprire i loro bisogni di protezione. È il nostro canale primario, diversamente dal nord Europa, dove il ruolo di assicurazioni dirette e tele-

foniche è maggiore». Rispetto ad altri paesi, «l'Italia è un mercato sotto-assicurato», continua Rossi, «ancora oggi ci sono troppi clienti monopolizza, che si assicurano solo quando è obbligatorio». Da qui l'intento di «promuovere maggiormente l'attenzione al rischio», nonostante gli effetti della crisi, che hanno portato a «un peggioramento della sinistrosità di oltre 6 punti su tutto il comparto, nel confronto 2009-2008



(stima  
fonte

Ania)», in cui il trend di **Axa** si ferma «al -2%». Nel dato generale rientrano anche i «sinistri mini-corporali», la cui incidenza «è più alta della media europea, al 13,5%, contro il 20,8% di quella italiana».

Un contesto in cui la forza del marchio **Axa**, 53° a livello mondiale in termini di notorietà nella classifica 2009 di Best global brands (Interbrand) e «primo nel campo assicurativo», contribuisce a tener viva l'attenzione nei clienti. Che oggi si esprimono anche sui social media: «Godiamo di un passaparola positivo», dice Rossi, ma è chiaro che le opinioni sul web non bastano. Per questo, **Axa Assicurazioni**, «ha sempre puntato, nelle sue strategie di comunicazione, a essere tra i stop spender del settore». Perché la concretezza del servizio non va tenuta nascosta.

© Riproduzione riservata



**Andrea Rossi**

st  
me