

RC AUTO E ALTRO

Contratto in concessionaria per una copertura completa

Diego Luigi Marin

● Piace sempre di più la polizza dal concessionario, dove un numero crescente di automobilisti sceglie di assicurarsi estendendo le coperture per l'auto oltre la canonica e obbligatoria responsabilità civile. È la *nouvelle vague* del momento, stando all'impennata che l'acquisto di prodotti assicurativi registra oggi nei punti vendita dei grandi dealer multimarca.

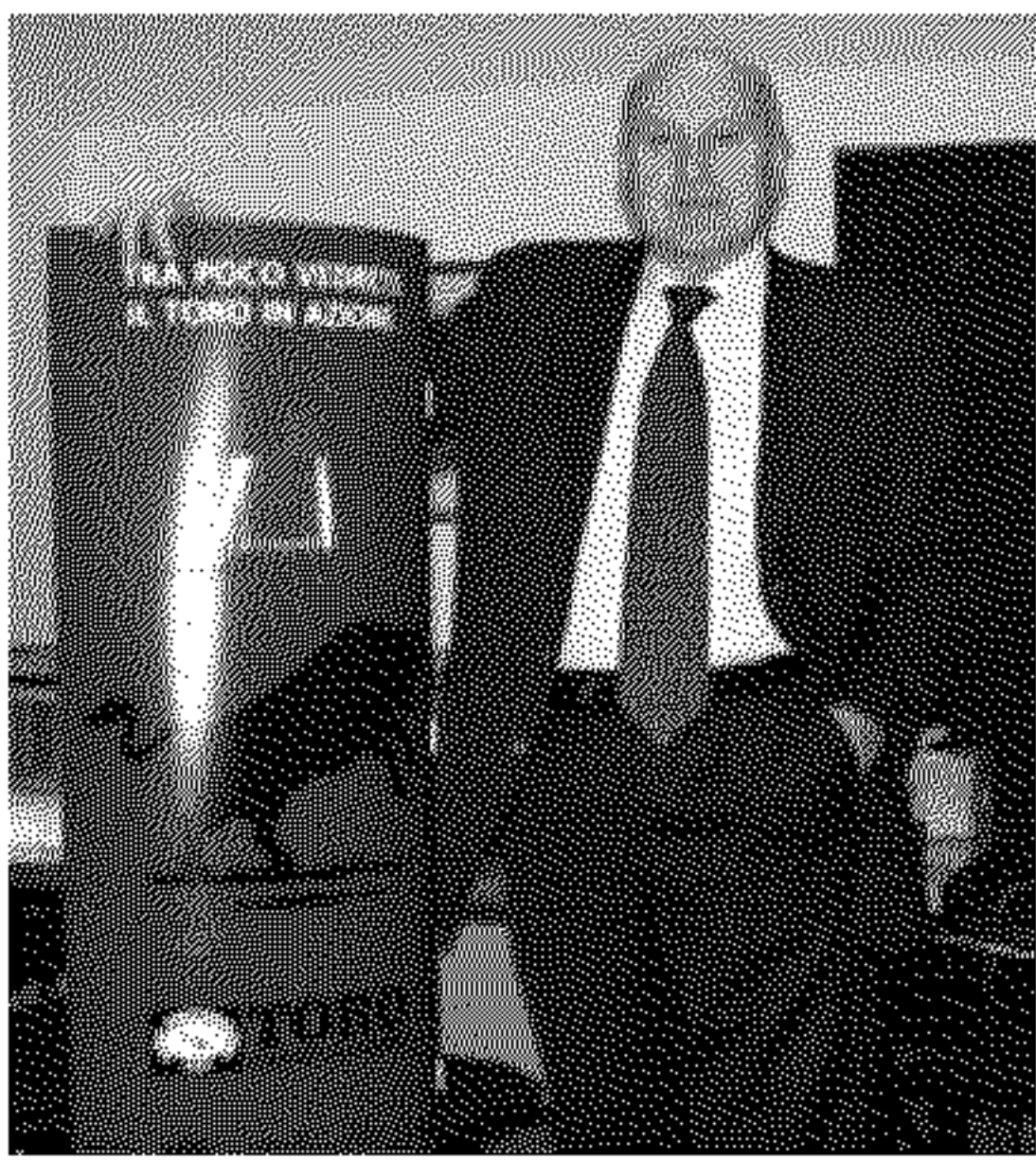
Prezzi aggressivi, contenuti inediti e garanzie più estese convincono ad ampliare la protezione per vettura e conducente. Dice Piero Spessa, responsabile dei servizi assicurativi di Ifas Gruppo, che vanta 50 concessionarie distribuite tra Piemonte, Lombardia, Liguria e Val d'Aosta: «A gennaio la raccolta premi ha fatto segnare un più 136% rispetto allo stesso mese del 2005. E il trend sembra continuare. È vero che di recente abbiamo lanciato una nuova polizza contro furto, incendio e atti vandalici articolata e completa, ma l'exploit ha sorpreso anche noi». Lo scorso anno **Ifas** Gruppo (un fatturato aggregato di 595 milioni di euro e un'offerta

che spazia da Alfa Romeo a Ferrari, da Chrysler a Ford e Honda, da Fiat a Jeep e Saab) ha raccolto premi per oltre 2 milioni di euro. «Vantiamo una convenzione ad hoc con Toro Targa e il binomio contenuti e tariffe risulta assai competitivo. La copertura per il furto totale prevede per tutto il primo anno un indennizzo calcolato sul valore di listino dell'auto con uno scoperto del 10%, ciò che risulta assai interessante per le vetture a chilometri 0. E poi, limitiamo a 250 euro la franchigia e al 10% lo scoperto per i rischi grandine e atti vandalici. I clienti prima s'informano da noi e poi, dopo aver sondato altre offerte, ritornano per sottoscrivere la polizza».

Anche il Gruppo Fassina, che riunisce 14 concessionari e che ha nel Car Village di Milano il proprio fiore all'occhiello, fa leva sull'integrazione dei servizi. «Abbiamo iniziato circa 4 anni fa - afferma Tony Fassina - senza troppa convinzione; nel 2005 il business legato ai servizi assicurativi, cui si dedicano due addetti a tempo pieno, ha superato il break even e ora stiamo ven-

dendo bene sia le polizze furto e incendio, sia le assicurazioni credito protetto, che garantiscono il pagamento di quanto dovuto alla società finanziaria quando l'auto viene acquistata a rate». L'identikit dell'assicurato cui rivolgere una proposta a tutto tondo è costituito dai giovani all'acquisto della prima auto, ma il rapporto che il concessionario stringe col proprio cliente si rivela comunque un ottimo viatico. «L'incidenza dell'attività assicurativa sul fatturato del Car Village è di poco inferiore al 5%. Puntare su un portafoglio di servizi accessori post-vendita è una strada obbligata, sia perché i margini di profitto sulle vetture sono sempre più ridotti, sia perché un buon servizio si trasforma in un sicuro elemento di fidelizzazione».

Quasi un cliente su dieci, tra quanti si rivolgono ai punti vendita multimarca del gruppo Car World Italia (che rappresenta Fiat, Alfa Romeo, Lancia e Iveco, nonché Ford e Nissan), sottoscrive una polizza assicurativa. «Ci siamo organizzati - spiega il presidente Piero Mocarelli - con venditori che hanno frequentato corsi specifici e un back office permanentemente collegato alla compagnia d'assicurazioni. La soddisfazione dei clienti è più che buona, grazie ai prezzi aggressivi e al contenuto delle proposte. Come per la polizza furto e incendio, che per un anno garantisce la sostituzione dell'auto rubata con una identica, senza franchigia né scoperto». Inserire l'assicurazione nel pacchetto auto è più semplice, poi, se l'acquisto è finanziato. «La rata aumenta di pochi euro al mese e la copertura si paga quasi senza accorgersene: ecco perché rappresenta un'opportunità molto gettonata».



MANAGER Spessa (Ifas)

Le proposte di tre grandi gruppi: **Ifas**, Car Village di Milano e Car World Italia

[illegible]