

RISCHIO LEGALE: IL FOCUS È SULLE IMPRESE

LE COMPAGNIE CHE OPERANO NELLA TUTELA LEGALE STANNO REGISTRANDO UNA CRESCENTE ATTENZIONE NEL MERCATO, SOPRATTUTTO TRA LE AZIENDE E I PROFESSIONISTI, RISPETTO AI RISCHI E ALLE CRESCENTI AREE DI RESPONSABILITÀ, TRA CUI EMERGONO CYBER, BONUS 110% E SICUREZZA. LA NORMATIVA IN EVOLUZIONE COSTANTE INDUCE A OPERARE SULLA FLESSIBILITÀ DELLE COPERTURE, CHE DEVONO CONSIDERARE SCENARI MUTEVOLI

L'appuntamento con l'approfondimento sulla tutela legale di *Insurance Review* permette di monitorare l'andamento di una nicchia di mercato costantemente in crescita (+7,7% nel 2021, per una raccolta premi diretti di 484 milioni di euro).

Da settembre 2020 a oggi le osservazioni delle compagnie specializzate hanno raccontato un cambiamento sensibile, di cui si possono tirare le somme e consolidare gli esiti per guardare al futuro. Dopo due anni di pandemia qualcosa è cambiato: non solo la tecnologia è parte integrante del rapporto con gli intermediari e i clienti, ma sembra essere mutata la considerazione degli assicurati verso i rischi (non più remota ipotesi ma eventualità concreta) e l'attenzione degli intermediari verso le soluzioni assicurative di tutela legale, sempre meno prodotto accessorio e sempre di più proposta costruita per far fronte a un'esposizione percepita come reale. Ciò non toglie che il mercato sia ancora fortemente guidato dall'offerta, ma l'attenzione è senz'altro maggiore.

Osserva **Francesca Breda**, responsabile area commerciale agenti e broker e area tutela legale di **Global Assistance**: "il biennio pandemico ha fatto maturare le compagnie specialmente nell'innovazione, e gli intermediari e i clienti verso una maggiore consapevolezza. Non serve più utilizzare esempi nella trattativa perché i rischi potenziali fanno parte della quotidianità di privati e imprese. Gli intermediari ci chiedono supporto

e formazione non solo sui prodotti ma soprattutto su come incastonare una copertura di tutela legale nel contesto assicurativo del cliente. La platea è senz'altro più matura: gli intermediari hanno imparato a comparare le polizze e hanno colto nel ramo della tutela legale la possibilità di aumentare il loro business in una logica di servizio verso il cliente".

Global Assistance sviluppa il suo business sia con i privati, sia con le imprese. Nel primo caso in un contesto di contrazione economica e inflazione prevale la volontà di difendere il proprio patrimonio, "con un rischio *retail* molto attivo, fatto di famiglie che si assicurano per proteggere la vita privata, i beni, i propri diritti e la propria privacy in relazione al rischio cyber, protezione quest'ultima in cui abbiamo incluso l'uso dei social da parte dei figli minori", spiega Breda.

COPERTURE DA ADEGUARE AI MUTAMENTI NORMATIVI

Anche per **Alfredo Penna**, direttore generale di **Uca**, la pandemia ha fatto registrare un salto di qualità alla percezione del rischio, che si è ampliata a categorie prima più indifferenti, ed è aumentata di intensità. "Le controversie di lavoro – spiega – sono cresciute in misura minore rispetto a quanto ci si attendeva due anni fa, e accade che un tema come quello della sicurezza sia oggi all'attenzione di un target più ampio, che comprende anche gli studi professionali e le attività ero-

ganti servizi che tradizionalmente non erano sensibili all'esigenza di copertura di tutela legale in materia". Il mercato è cresciuto anche sulla spinta di altri rischi, che Penna individua primariamente nella tutela della privacy e nel rischio cyber, in relazione all'aumentato utilizzo di strumenti tecnologici, nelle responsabilità per imprese, professionisti e privati impegnati nelle ristrutturazioni edilizie finanziate con il Bonus 110% e, ancora, per le tipologie di soggetti coinvolti in incidenti stradali a seguito dei cambiamenti nella mobilità per l'utilizzo crescente di monopattini, biciclette, vetture elettriche.

"In ogni caso, quello della tutela legale rimane un mercato di offerta, che necessita di interventi finalizzati alla sensibilizzazione della clientela. Si è dimostrata di successo la scelta di Uca di offrire prodotti completi, sempre attuali, puntando su capitolati in grado di recepire automaticamente le evoluzioni normative".

In tema di aggiornamento e servizio, **Das** si è focalizzata sull'estensione delle coperture alle esigenze emerse con il Bonus 110% e le altre agevolazioni fiscali. "Abbiamo analizzato il rischio sia dal punto di vista dei committenti dei lavori, sia da quello di aziende e professionisti incaricati. Siamo intervenuti ad esempio eliminando la carenza contrattuale per lavori di ristrutturazione, efficientamento energetico o per installazione di pannelli fotovoltaici e di colonnine di ricarica, sia nel prodotto di vita privata sia per i condomini", spiega **Roberto Grasso**, director e general manager di **Das**. Inoltre, nell'offerta rivolta alle imprese edili e alle



Francesca Breda, responsabile area commerciale agenti e broker e area tutela legale di **Global Assistance**

società di gestione immobiliare sono stati ampliati le garanzie e i massimali e introdotte altre estensioni, come in ricorso al Tar per gare pubbliche d'appalto.

Le novità si sono rivolte pure ai privati. "Da un'analisi condotta sulle famiglie ci siamo resi conto delle nuove esigenze organizzative nella gestione dei figli, anche per l'aumento di separazioni e divorzi, per cui abbiamo introdotto un servizio gratuito per i clienti retail utile a facilitare la gestione delle incombenze legate ai figli che possono generare momenti di incomprensione tra genitori", osserva Grasso. È questo un primo passo che porterà **Das** all'analisi di altri trend sociali nell'ambito della vita privata e del tempo libero per integrare nuove garanzie nell'offerta dedicata alle persone fisiche.

IL CONTESTO VOLATILE DELLA RESPONSABILITÀ

Nonostante un panorama di rischio in crescita, la propensione delle imprese ad assicurarsi, come ha rimarcato il presidente di **Ivass**, **Luigi Federico Signorini**, nella presentazione della relazione annuale dell'Istituto, cresce con la dimensione dell'azienda stessa. Ciò fa sì che permanga una situazione di sotto assicurazione in particolare per le Pmi, verso le quali deve andare l'azione anche delle compagnie di tutela legale. Evidenziando questo aspetto, **Stefano Buraglio**, direttore generale di **Tutela Legale**, si sofferma sul tema delle responsabilità crescenti per i datori di lavoro. "Di fronte a nuovi rischi – afferma – la norma individua nuove responsabilità o rende più severo il quadro sanzionatorio esistente, aumentando l'esposizione di alcune figure in particolare. Il quadro normativo evolve continuamente e non ammette distrazioni, quindi una maggiore tutela personale e dei beni va considerata". Le figure apicali delle imprese sono direttamente coinvolte nel profilo sanzionatorio, per esempio delle norme sulla sicurezza: "un caso concreto – ricorda il dg di Tutela Legale – si è visto con l'insorgere della pandemia, quando le numerose norme emanate hanno creato un contesto di responsabilità inedite e con precise attribuzioni; nel contesto è risultata ancora più decisiva la garanzia di tutela legale". L'offerta deve quindi godere di un continuo lavoro di aggiornamento, attività che va svolta, secondo Buraglio, in sinergia con la rete agenziale.

Il rischio per le imprese è quindi l'ambito che più richiede l'attenzione delle soluzioni di tutela legale, sotto la spinta di una continua evoluzione degli scenari e delle responsabilità. **Pietro Pipitone**, direttore generale **Roland**, rappresentanza generale per l'Italia, tiene a elencare tre ambiti di responsabilità su cui c'è oggi molta attenzione, il primo dei quali è il nuovo *Codice d'impresa*, "che aumenta gli oneri per imprenditori e sindaci in particolare laddove si afferma il dovere di garantire il futuro dell'azienda, prendendo misure per reagire a contesti mutevoli, e *senza indugio*, cioè in maniera consapevole e organizzata". Un secondo caso è esemplificato dalla recente sentenza sul grave incidente ferroviario di Viareggio del 2009, che ha affermato che il titolare dell'azienda può dover rispondere anche per errori di dipendenti che lavorano per società controllate. Una terza area, che si è aperta con la pandemia, riguarda le responsabilità dei datori di lavoro in relazione all'attività di smart working, in particolare per gli aspetti di privacy sui dati gestiti dal lavoratore e sulla sicurezza fisica e salute mentale di chi opera da casa; un'evidenza registrata è ad esempio "l'aumento dei casi di *burn-out*, per i quali il datore di lavoro può essere coinvolto in una causa di lavoro".



Alfredo Penna, direttore generale di Uca



Roberto Grasso, director e general manager di Das

I FATTORI ESG AIUTANO LA QUALITÀ DEL RISCHIO

Ciò che emerge è la conferma di uno stato di elevata complessità che riguarda in modo particolare le imprese, strettamente correlato a fattori contingenti, normativa e contesto economico e politico. "Più aumentano gli ambiti di rischio e più cresce la consapevolezza dell'opportunità di coperture di tutela legale: cyber risk, Bonus 110% e pandemia sono aspetti di rischio e responsabilità che hanno influenzato il mercato, anche se ancora non si colgono grandi impatti sulla sinistra", analizza **Andrea Andreta**, chief executive officer Italy di **Arag**, per il quale il tema centrale è far evolvere un settore che è poco sviluppato perché il prodotto tutela legale è vissuto ancora come accessorio ad altre soluzioni assicurative.

Collegato all'offerta, Andreta aggiunge il tema della qualità del rischio che si sottoscrive: "in collaborazione con **Cribis**, abbiamo effettuato una correlazione tra il nostro portafoglio e il loro *rating* Esg, ottenendo come risultato l'evidenza che sussiste un nesso diretto tra imprese virtuose sui temi della sostenibilità e bassa esposizione al rischio: queste imprese presentano una frequenza di contenziosi con pubbliche amministrazioni, dipendenti, fornitori, più basso anche rispetto a imprese caratterizzate da un rating finanziario simile. Stiamo lavorando su questi temi per cercare di costruire un'offerta dedicata alle aziende virtuose sulle tematiche Esg". **M.M.**

DIGITALE SÌ, MA A SUPPORTO DELLA RELAZIONE PERSONALE

IN UN MERCATO CHE È NETTAMENTE DI OFFERTA È FONDAMENTALE INCENTIVARE LA CONOSCENZA DELLE SOLUZIONI DI TUTELA LEGALE, ANCHE AMPLIANDONE LA PORTATA A NUOVI SERVIZI DI SUPPORTO E CONSULENZA AL CLIENTE. FORMAZIONE E TECNOLOGIA SONO I MEZZI PER AGEVOLARE LA DIFFUSIONE DELLA CULTURA

La possibilità di crescita del mercato della tutela legale passa in modo parallelo per il servizio agli intermediari e al cliente. Le compagnie mettono a disposizione un'offerta strutturata di servizi che hanno lo scopo di accrescere le competenze dell'intermediario e di facilitare la sua operatività e il dialogo con imprese e privati; allo stesso tempo parlano con l'assicurato ampliando l'accesso a nuovi servizi di consulenza in ambito legale.

Il sostegno della rete di intermediari nella relazione con il cliente è fondamentale per **Arag**, che lavora sulla qualità della rete attraverso formazione e supporti commerciali, ma anche fornendo strumenti di marketing digitale verso i clienti. "Aiutiamo gli intermediari fornendo un sistema *chiavi in mano*, che include analisi dei dati, formazione, prodotto, creatività per una campagna digitale, un sito di e-commerce personalizzato per l'agenzia, i report sull'andamento della campagna. In questo modo l'intermediario può interloquire con maggiore frequenza con il proprio cliente, perfezionando la vendita o in agenzia o per via digitale", spiega **Andrea Andreta**, chief executive officer Italy di Arag. Con l'obiettivo di allargare il più possibile la conoscenza sulle coperture, la compagnia opera per la creazione di quello che definisce l'ecosistema della tutela legale, costituito da polizze, servizi di consulenza legale specialistica gratuita e piattaforme digitali che forniscono riposte immediate sulla possibilità o meno di tutelare un diritto: "Abbiamo messo in conto

la possibilità che una migliore conoscenza del prodotto possa determinare una crescita nella frequenza dei sinistri, ma riteniamo che la piena comprensione del valore dell'offerta sia fattore determinante per portare a un maggiore sviluppo del mercato. Il nostro ecosistema è un investimento per generare valore per il cliente che non modifica la nostra attitudine a sottoscrivere rischi selezionati e di qualità", conclude Andreta.

Il servizio verso gli intermediari è visto anche da **Das** come la via per raggiungere con più efficacia il clien-



Andrea Andreta, chief executive officer Italy di Arag



Pietro Pipitone, direttore generale di Roland, rappresentanza generale per l'Italia

te finale. L'evoluzione del modello si concentra su tre ambiti: il supporto formativo e commerciale attraverso diversi canali; l'eccellenza di servizio; l'efficienza operativa per snellire l'operatività, ambito che prevede il lancio di un nuovo portale per le agenzie per la preventivazione e l'emissione di nuovi contratti. **Roberto Grasso**, director e general manager, spiega così la strategia di Das: "investire nei servizi - dice - è imprescindibile per lo sviluppo di un'offerta innovativa e completa di tutela legale. Rispetto ad altre polizze danni, la componente di servizio per il nostro ramo è fondamentale, a partire dalla consulenza legale garantita fin dal primo momento di sottoscrizione della polizza". Das ritiene che l'utilizzo responsabile del servizio di consulenza permetta di capire in via preventiva le norme da rispettare, quali ragioni possano essere fatte valere e quali no, evitando spesso l'insorgenza di inutili contenziosi. L'obiettivo, afferma Grasso, "è di essere vicini al cliente, anche tramite il network di avvocati certificati in tutta Italia. Vogliamo essere al loro fianco, con processi automatizzati e l'utilizzo di strumenti tecnologici, con un servizio accessibile e veloce".

GUARDARE AI CASI REALI PER ADEGUARE LE RISPOSTE

Qualche sfumatura differente si ritrova nei modelli di servizio che le compagnie predispongono per i broker,

un segmento che ha spesso un dialogo più intenso con le aziende relativamente ai loro rischi. Una recente indagine di **Roland** ha evidenziato presso i broker una corretta consapevolezza rispetto all'andamento dei principali rischi legali per le aziende. La formazione è quindi uno strumento fondamentale, "un processo continuo che mira a rafforzare le competenze utili a rendere evidenti i rischi e a illustrare il valore della polizza legale. È un'attività che Roland conduce tramite workshop e webinar, e per la quale ha costituito un'accademia di formazione che eroga crediti formativi", spiega **Pietro Pipitone**, direttore generale di Roland, rappresentanza generale per l'Italia; questo significa dispiegare un forte impegno nello studio della produzione normativa, delle sentenze e nell'analisi dei sinistri dei clienti.

Dal confronto continuo con le esigenze di imprese e intermediari nascono soluzioni che concretizzano l'idea di servizio al cliente di Roland, "l'esempio più recente è l'introduzione dell'estensione alla retroattività illimitata per le coperture di difesa penale per le imprese, che si attiva nel momento in cui il cliente può provare la sua estraneità ai fatti, anche se avvenuti prima dell'attivazione della copertura. Un problema di questo tipo lo abbiamo riscontrato pure nelle cause di lavoro, inserendo anche qui la retroattività", chiosa Pipitone. La volatilità dei rischi esige prodotti di tutela legale che rispecchino le esigenze dell'assicurato e una rete formata per fargli comprendere su quali specifici aspetti di minaccia arriva la protezione assicurativa. Pagamento delle spese legali e servizio rappresentano il doppio binario su cui lavora **Uca**. "Per aumentare la componente di servizio intendiamo creare accordi con società di consulenza, che possano dare al cliente un supporto nella gestione di un rischio specifico, ad esempio il cyber, e soluzioni concrete per fronte a un problema", spiega **Alfredo Penna**, direttore generale di **Uca**. Gli stessi consulenti aiuteranno a incrementare la formazione specifica degli intermediari con interventi nei corsi alla rete utili ad ampliarne la sensibilità sui rischi trattati. "Il nostro primo valore aggiunto è quello di essere una compagnia indipendente, che da sempre valorizza la relazione umana nel rapporto con il cliente. Su questa base si inserisce il fattore tecnologico: il digitale, anche sviluppato nelle sue forme più innovative, deve servire ad agevolare l'attività

dell'intermediario, che rimane al centro della nostra strategia, così da permettergli una maggiore vicinanza ai propri assicurati". Parlando di offerta, inoltre, Uca ha in catalogo una linea di prodotti che consente all'assicurato di scegliere l'avvocato fin dalla fase stragiudiziale e che, nel caso in cui decida di intentare causa, non subordina la copertura alla preventiva valutazione circa l'esito atteso del giudizio.

LA VIA PER LA CRESCITA PASSA DALL'INTERMEDIARIO

Tecnologia e rapporto umano sono quindi entrambi essenziali per far crescere il mercato e soddisfare le esigenze del cliente. Per **Global Assistance** i ruoli sono ben distinti. "Il mercato va ad alta spinta digitale ma la motivazione arriva dal rapporto diretto", afferma **Francesca Breda**, responsabile area commerciale agenti e broker e area Tutela legale. La tecnologia è imprescindibile ma è soprattutto uno strumento che deve facilitare l'operatività dell'intermediario e poi dare l'opportunità di un livello ulteriore, come quello della trattativa online: Global Assistance si è dotata di



Stefano Buraglio, direttore generale di Tutela Legale

strumenti per completare tutto il processo assicurativo (inclusa la firma, il pagamento, l'archiviazione) in modalità digitale, con un vantaggio di efficienza e riduzione dei costi per gli intermediari. La relazione diretta è affidata agli account commerciali, che possono affiancare l'intermediario anche nella trattativa con il cliente, con lo scopo di rafforzare le competenze della rete, di supportare le offerte tailor made e di riportare i feedback del mercato. Ma per Breda il vero valore aggiunto va ricercato "nello sforzo che si fa per aggiornare continuamente gli aspetti tecnici dei prodotti e per semplificarli utilizzando un linguaggio chiaro e comprensibile. Il motivo per cui il numero dei nostri reclami è fra i più bassi va ricercato nel continuo lavoro di semplificazione del linguaggio, che porta il cliente a sottoscrivere una polizza nella piena consapevolezza dei contenuti".

Rapporto diretto e semplificazione sono al centro del modello di **Tutela Legale**, che punta a chiudere l'anno con una rete di 300 agenti plurimandatari, un numero che per **Stefano Buraglio**, direttore generale di Tutela Legale, "rappresenta un obiettivo commerciale primario. Vogliamo entrare in contatto con intermediari che sappiano apprezzare un modello relazionale caratterizzato da rapporti diretti, paritari e di fiducia". In esso gli elementi di servizio sono prima di tutto le iniziative di arricchimento reciproco sui contenuti e la semplificazione operativa. "L'obbligo di utilizzo del preventivatore di **Ivass** verso i clienti impatterà sulle agenzie, ma siamo convinti che le novità normative vadano lette non come vincolo burocratico ma come opportunità di evoluzione". Per Buraglio la scommessa è su un mercato che continuerà a vedere il modello di distribuzione affidata al canale agenziale come prevalente: "le coperture di tutela legale sono un tipo di garanzia che va "spiegata" perché non è conosciuta dal pubblico, pur interessando potenzialmente tutta la popolazione, e questo è il ruolo dell'intermediario. Un agente che voglia investire nel proprio futuro non può trascurare una seria valutazione di questo segmento d'offerta". **M.M.**