

# LA MINACCIA È UGUALE PER TUTTI

LA PROLIFERAZIONE NORMATIVA PER PROFESSIONISTI E AZIENDE, I RISCHI STRADALI O LE RESPONSABILITÀ CIVILI RENDONO GLI INDIVIDUI E LE IMPRESE PARITARIAMENTE ESPOSTI AL RISCHIO DI CONTROVERSIE LEGALI. LA TUTELA IN QUESTO SENSO È UN BISOGNO DIFFUSO: FONDAMENTALE È IL RUOLO DI UNA RETE DISTRIBUTIVA COMPETENTE, CAPACE DI UN DIALOGO CHE DIFFICILMENTE PUÒ ESSERE SOSTITUITO DALL'INTERFACCIA DIGITALE

Di fronte ai rischi emergenti e alla produzione normativa cresce l'esigenza degli assicurati, privati e imprese, più consapevoli di tutelarsi nell'ipotesi di incappare in qualche controversia legale. Un'eventualità che, come ogni rischio, non può venire esclusa a priori da nessuno, perché si può essere coinvolti anche senza dolo o nell'inconsapevolezza di aver agito in modo non corretto. È una presa di coscienza che aumenta con il tempo, e ha la sua misura nella percentuale costante con cui è



**Roberto Grasso**, amministratore e direttore generale di Das

creciuto il mercato della tutela legale negli ultimi anni. A incidere nel cambio di passo è stato il ruolo degli intermediari e delle compagnie, che hanno colto il peso di alcuni cambiamenti normativi (in particolare l'omicidio stradale) per far comprendere ai clienti il valore delle coperture legali. Ne dà atto **Roberto Grasso**, amministratore e direttore generale di **Das**, affermando di aver riscontrato “una crescita sia sul lavoro diretto dei circa 1.800 agenti e broker, sia sui 15 gruppi assicurativi con cui Das lavora, che cominciano a proporre la tutela legale con una maggiore consapevolezza verso i clienti, aumentandone la sensibilizzazione”. Soprattutto sul retail, secondo Grasso, “la spinta viene dal motor e finalmente le compagnie hanno capito l'importanza delle molte implicazioni della legge sull'omicidio stradale e dei nuovi rischi della mobilità. Da una indagine realizzata per i 60 anni di Das è emersa chiaramente la maggiore consapevolezza e preparazione degli agenti sui prodotti di tutela legale”.

Per farsi strada la tutela legale deve trovare quindi leve diversificate e, nonostante i buoni risultati sul motor, rimane un tema ancora difficile da proporre perché, afferma **Clara Franzosi**, direttore generale di **Global Assistance**, “si porta dietro complessità ed esigenze di competenza specifiche, è un mondo che deve essere compreso dalle reti di distribuzione che vanno accompa-



**Clara Franzosi**, direttore generale di *Global Assistance*

gnate in un percorso di sviluppo per acquisire la padronanza di leve che normalmente non utilizzano perché non conoscono pienamente”. Sussiste proprio una differenza di approccio per Franzosi, perché trattare tutela legale, da parte della compagnia, significa coniugare le conoscenze in ambito legale con quelle in ambito attuariale, “due mentalità agli opposti” che si devono coniugare sia nella definizione dei prodotti, sia nelle modalità di gestione del sinistro.

## **AZIENDE TRA GRANDI RISCHI E NORMATIVA**

Se il motor è un ambito trasversale, che accomuna clienti privati e aziende, altre tematiche derivate dalle normative sono appannaggio specifico del target corporate, che però appare anch'esso in genere più legato all'opportunità di difendersi sul singolo sinistro, e quindi con una garanzia di tutela legale abbinata a un prodotto assicurativo, piuttosto che non disposto a scegliere soluzioni di copertura globale e stand alone. “Se gli inasprimenti introdotti dal Codice della Strada hanno permesso di perfezionare la nostra offerta per il comparto veicoli,

la previsione dell'obbligatorietà della Rc professionale è stata un ottimo volano per creare maggiore consapevolezza nel mercato di settore”, conferma **Alfredo Penna**. Il direttore generale di **Uca Assicurazione** sottolinea che anche altre recenti riforme, quali quella in ambito sanitario con la legge 24/2017 *Gelli - Bianco*, nonché quella di cui alla legge 231/2001 sulla responsabilità amministrativa dell'impresa e figure apicali, così come la materia della sicurezza sul lavoro, hanno sortito una sostanziale presa di consapevolezza sulla necessità di una copertura di tutela legale. “Sono temi che nei rispettivi ambiti fanno percepire la necessità di assicurarsi contro il rischio delle spese legali proprio alla luce di normative che prevedono obblighi, responsabilità e ipotesi sanzionatorie sempre più stringenti; la polizza di tutela legale diventa una copertura *di* servizio e *al* servizio dell'attività professionale e di impresa”. Il prossimo fronte è quello del cyber risk e delle frodi informatiche, oltre che dei rischi connessi agli inadempimenti in materia di privacy e protezione dei dati personali della clientela, come disciplinato dal Gdpr.

Parlando di imprese, le minacce non provengono solo dalla normativa ma anche dall'attività quotidiana legata al core business. Non si può intendere il rischio alla stessa maniera per tutte le realtà, perché esso è proporzionale alle dimensioni e alla strutturazione dell'azienda. “Anche il concetto di grande rischio è variabile: ci sono danni, come il sequestro di merce in dogana, che hanno un impatto contenuto su un'azienda dimensionata, ma diventano un grande rischio se coinvolgono piccole e medie imprese. Allo stesso modo per un manager di una piccola azienda affrontare un procedimento legale per corruzione è un grande rischio, che potrebbe capitare una sola volta nel corso della sua attività, portando con sé conseguenze molto pesanti”, afferma **Pietro Pipitone**, direttore generale e rappresentante per l'Italia di **Roland Rechtsschutz**. Si rivela utile per le imprese un approccio di risk management, perché attraverso una corretta analisi dei propri rischi possono adottare le ne-



**Alfredo Penna**, direttore generale di Uca Assicurazione

cessarie misure di mitigazione. La polizza legale non è la prima misura che deve essere attivata, ma è un modo efficace per trasferire il rischio residuo. “Va considerata poi la differenza tra le motivazioni e gli approcci di imprese grandi e piccole: le prime accettano le franchigie perché tendono a tutelarsi verso i rischi più onerosi, le Pmi invece prediligono poter contare in ogni caso su una copertura”, conclude Pipitone.

### SERVIZI PER UN BISOGNO DI MASSA

Secondo il report *Doing Business*, pubblicato dal **World Bank Group**, l'Italia risulta essere uno dei Paesi in cui le aziende incontrano costi più alti e i tempi più lunghi per affermare i propri diritti su un contratto commerciale. Lo scopo della tutela legale è di garantire l'accesso alla giustizia per tutti a prescindere dalle condizioni economiche, e in questo senso possiamo definirlo come “un prodotto di nicchia per un bisogno di massa”. Questa particolarità, evidenziata da **Andrea Andreta**, ceo di **Arag Se Italia**, sottolinea la forte componente di servizio delle polizze di tutela legale: “In un mercato che si

sta orientando verso una modalità di proposta che vede il servizio e l'esperienza del cliente venire prima dell'offerta di copertura, la tutela legale può inserirsi come un sostegno alle persone nel far valere i propri diritti”. Un bisogno trasversale che ha risvegliato anche l'interesse delle banche, in termini di distribuzione, per uno strumento accessorio al ramo danni, e ha aumentato le possibilità della garanzia come prodotto autonomo. Ma se il servizio è una “scoperta recente” per le compagnie danni, in ambito di tutela legale si può affermare che sia parte del core business: “Nella nostra esperienza, i servizi che supportano il cliente nella gestione del suo problema sono i veri elementi di valore della copertura. Oltre alla consulenza legale telefonica, che è il primo soccorso legale per gli assicurati, altri caratteri distintivi sono l'attività di *phone collection* per il recupero crediti, il network di periti specializzati in ambito danni o sanitario, gli strumenti di prevenzione dei nuovi rischi emergenti, come ad esempio il servizio di monitoraggio delle minacce cyber”, specifica Roberto Grasso.

Al ruolo chiave della distribuzione guarda invece Clara Franzosi, per la quale “il distributore è il primo cliente”,



**Pietro Pipitone**, direttore generale e rappresentante per l'Italia di Roland Rechtsschutz

un asset al quale vanno forniti supporto e formazione adeguati perché sia in grado di offrire al proprio assicurato “un affiancamento sicuro in situazioni che lo possono turbare e un servizio di consulenza basato sul dialogo, che possa indirizzare il comune cliente verso una persona competente, capace di analizzare e comprendere le diverse sfumature per orientare i passi successivi per la propria difesa”. Il servizio, per Franzosi, va visto primariamente come supporto alla distribuzione soprattutto in termini di formazione, “strumento che consente la diffusione della conoscenza e aumenta il grado di confidenza degli intermediari”.

## IL RUOLO DELLA TECNOLOGIA, IN AZIENDA E VERSO IL CLIENTE

L'impostazione orientata al dialogo con il cliente suggerita dal dg di Global Assistance è condivisa dalle altre compagnie. Se nell'auto l'innovazione tecnologica può diventare un tratto distintivo dell'offerta e risultare una carta vincente, in settori in cui la proposta deve essere guidata è necessario il dialogo diretto con il potenziale cliente. Come spiega Pietro Pipitone, è un ambito in cui è fondamentale il confronto con un consulente competente. “Il rischio legale non è nei primi pensieri dei potenziali clienti, per cui il consulente deve saper trasferire il concetto di rischio anche con il cuore, con la logica”. Detto questo, la tecnologia assume invece un ruolo fondamentale nell'operatività quotidiana delle imprese, per processare i documenti e ottimizzare i costi.

Dello stesso parere è Alfredo Penna, che pone il focus sulla crescente esigenza, sentita da parte di tutti gli attori del mercato, di utilizzare strumenti digitali performanti e all'avanguardia per agevolare gli intermediari nell'acquisizione dei contratti, assicurare trasparenza e elevati standard di sicurezza e tracciabilità nei confronti dei clienti, ridurre i costi di gestione, non trascurando così i profili di redditività per la rete di vendita. “Sono investimenti che favoriscono il trasferimento delle informazioni all'interno della struttura, la condivisione con la



*Andrea Andreta, ceo di Arag Se Italia*

rete e l'acquisizione dei dati in modo smart. Su questo campo si giocherà la partita fra gli assicuratori. Uca è stata la prima compagnia nella tutela legale a emettere contratti con la firma elettronica avanzata *Fea Otp*". In prospettiva c'è anche l'utilizzo del digitale per il contatto con il cliente, non in termini di vendita diretta ma sulla possibilità di verificare lo stato di un sinistro o di accedere a una lista dei professionisti legali disponibili.

L'uso della robotica per industrializzare le attività a basso valore aggiunto e per supportare in queste la rete è anche la strada intrapresa da Arag, che però sta pure portando avanti iniziative per sviluppare una relazione ibrida con il cliente. “Stiamo testando con alcune agenzie una piattaforma digitale che consentirà di avviare meccanismi ibridi di comunicazione e di invito verso il cliente, ma anche di vendita a distanza, con attività di upselling o cross selling che associano la relazione fisica in azienda e a distanza”, spiega il ceo Andreta. Già operativo invece un archivio documentale online da cui scaricare e personalizzare alcune tipologie di documenti legali con modelli standard da personalizzare. **M.M.**