

DAL RETAIL ALL'OFFERTA PER IL MONDO AZIENDE

LE GARANZIE DI TUTELA LEGALE SONO SOTTOSCRITTE IN GRAN PARTE DAI PRIVATI, E IL LEGAME CON LA RCA NE È LA RAGIONE PRINCIPALE. SOTTO LA SPINTA DELL'AUMENTO DEI RISCHI COLLEGATI ALLA PROLIFERAZIONE DI NORME E REGOLAMENTI, ANCHE IMPRESE E PROFESSIONISTI MOSTRANO UN CRESCENTE INTERESSE, IN PARTICOLARE PER LA PROTEZIONE DALL'ESPOSIZIONE AL RISCHIO PENALE

C'è una piccola anomalia nell'analisi dei dati di mercato della tutela legale che aiuta a capire dove si trova il ramo nella sua curva evolutiva. A guardare i numeri forniti da **Ania** nella relazione annuale presentata a giugno, si nota il prevalente orientamento retail del mercato delle garanzie di tutela legale, con una quota per il 2022 dell'87% rispetto al 13% del segmento corporate (che in ogni caso ha recuperato due punti percentuali, 89% contro 11% nel 2021). Per capirci, il rapporto nel totale ramo danni è di 68% contro 32%. Se la bilancia pesa così tanto verso il retail, molto probabilmente la ragione è nella sempre più diffusa associazione della garanzia alla copertura di Rc auto: secondo l'Osservatorio di **Facile.it** pubblicato ad aprile, la tutela legale è scelta come garanzia accessoria da un assicurato su cinque (21,6%), seconda più ricercata dopo l'assistenza stradale. Si potrebbe dire che questo dato offra una prospettiva distorta, determinata proprio dai numeri limitati (soprattutto rispetto al mercato europeo). Al contrario, il rapporto stretto con

l'Rc auto rappresenta per la tutela legale l'occasione per essere conosciuta e valorizzata. Ma non è questo l'unico caso: la produzione normativa in certi ambiti sta rappresentando per le compagnie l'occasione per affrontare il mercato con prodotti nuovi e con motivazioni di acquisto tangibili, verso cui il cliente si mostra sensibile.

NORMATIVA, LA SPINTA ESTERNA

Sebbene la tutela legale rimanga un mercato di offerta, ci sono alcuni fattori che hanno accresciuto la sensibilità del cliente, sia esso impresa, professionista o privato.

Un intervento legislativo che, di riflesso, ha portato un indubbio beneficio al mercato del ramo è stata l'introduzione nel 2016 del reato di omicidio e lesioni personali stradali, un rischio trasversale che riguarda chiunque nell'ambito della circolazione stradale.

Già da alcuni anni, l'obbligo di stipulare una polizza di responsabilità civile per i professionisti ha offerto



Stefano Buraglio, direttore generale di Tutela Legale

un ulteriore spunto per la proposta delle coperture a completamento del perimetro di tutela per questo target. Tra le imprese, il problema maggiormente sentito è quello degli infortuni sul lavoro, purtroppo una costante che si presenta su numeri ancora molto rilevanti (secondo l'**Inail**, la media è di 2,3 incidenti mortali al giorno). Su questo tema, lo scorso anno è stato aggiornato il testo unico sulla sicurezza (legge 81/2008) circa le responsabilità dei preposti. “Se la norma si fa più severa, la percezione del valore della polizza di tutela legale diventa più immediata, così come è avvenuto nel periodo pandemico quando il susseguirsi di Dpcm ha prodotto una sovrapposizione di norme e di conseguenza una scarsa chiarezza sul corretto modo di operare, che associata all'elevata percezione del rischio ha portato molti imprenditori a scegliere di sottoscrivere una copertura di tutela legale con noi”, ricorda **Stefano Buraglio**, direttore generale di **Tutela Legale**, per spiegare come l'intervento normativo possa indirettamente influire sulle sorti del mercato. “Lo

scorso anno, un altro fattore che ha fornito ulteriori spunti di attenzione è stato il dm 147 del 13 agosto 2022, che ha aggiornato dopo otto anni i parametri di riferimento delle tariffe forensi per l'attività degli avvocati, con un aumento di costi che, per chi deve beneficiare della loro assistenza, rappresenta un ulteriore ostacolo sulla strada della giustizia. Il diritto alla difesa è uno dei principi fondanti della nostra Costituzione e possiamo dire orgogliosamente che anche noi, con la nostra attività, contribuiamo quotidianamente alla tutela di questo principio inviolabile, consentendo un accesso facilitato alla giustizia anche (e soprattutto) a coloro che, in mancanza della nostra assistenza, potrebbero essere addirittura costretti a rinunciare alla difesa dei propri diritti per mancanza di risorse”.

UNO STRUMENTO DI DIFESA PER LE IMPRESE

Anche **Roberto Grasso**, director & general manager di **Das**, riferisce di una percezione di maggiore consapevolezza di privati e imprese verso il rischio legale e le soluzioni per proteggerli: “I numeri ci confermano che la cultura della tutela legale sta crescendo, soprattutto tra le imprese. Le nostre soluzioni lanciate sul mercato per il mondo partite iva stanno registrando risultati positivi, segnale che rispondono in modo efficace alle esigenze dei settori business, impegnati in un contesto economico molto complicato e con sempre maggiori necessità di supporto e servizi legali”. Sulla base dei positivi riscontri ricevuti dai privati, quest'anno **Das** ha deciso di innovare la propria offerta dedicata alla vita privata, con una soluzione che rispecchia le esigenze emerse dai risultati di un'indagine realizzata su un campione di mille famiglie, “abbiamo indagato i nuovi trend sociali e costruito una serie di garanzie che si rivolgono alla famiglia nelle sue più diverse accezioni, che guardano tanto alla tutela degli anziani di cui si ha la custodia, quanto alle nuove esigenze che arrivano dal digitale e da una mobilità che è profondamente cambiata”.

Una mutata sensibilità è registrata anche dall'espe-

rienza di **Global Assistance**, descritta da **Francesca Breda**, responsabile area commerciale agenti e broker, che riferisce tre aspetti nello specifico, “in primo luogo, rispetto al passato c’è un vivace e crescente interesse sulla polizza di tutela legale per la circolazione stradale, che non è più percepita come garanzia accessoria al pacchetto Rca. Questa polizza viene presentata sempre più spesso dagli intermediari e viene acquistata dai clienti con consapevolezza in risposta agli evidenti rischi, e conseguenti costi, legati agli incidenti stradali”. Esaminando il portafoglio, in **Global Assistance** hanno notato che cresce il numero di aziende e professionisti che sottoscrivono la polizza di tutela legale a integrazione delle loro coperture di responsabilità civile, “più in particolare, abbiamo registrato nell’ultimo anno una crescente sensibilità verso il rischio penale, soprattutto sulla spinta delle notizie sugli infortuni sul lavoro, senza notare particolari differenze tra professionisti e imprese o tra realtà grandi e piccole”. Questo ha portato la compagnia a riflettere sull’offerta, che è stata diversificata introducendo polizze di piccolo taglio, su misura di chi ha meno possibilità, ma soprattutto adottando una formula che prevede la copertura per le spese del penale nel pacchetto base.

LA LOGICA VINCENTE DEL SERVIZIO AL MERCATO

La centralità del rischio penale per le imprese è colta anche da **Andrea Andreta**, chief executive officer Italy di **Arag**; tra gli ambiti di rischio più percepiti, oltre a quelli connessi agli infortuni sul lavoro e alla mobilità, elenca una generale maggiore sensibilità sui temi D&O, inquinamento, contenzioso con i fornitori, oltre a quelli che afferiscono alla sfera della protezione dei

UN’AZIENDA SU TRE CONOSCE LA GARANZIA DI TUTELA LEGALE

S secondo un’indagine realizzata a inizio 2023 da **Das**, cresce il numero delle piccole e medie imprese che conoscono la possibilità di proteggersi con una polizza di tutela legale. Ne è a conoscenza il 64% delle Pmi, mentre il 25% ne ha sentito parlare e solo l’11% non sa di che cosa si tratti. Un ruolo chiave viene attribuito ad agenti e broker come consulenti assicurativi, considerati dal 69% degli intervistati il canale migliore a cui rivolgersi per avere informazioni e sottoscrivere la polizza.

Il sondaggio ha indagato anche la percezione del rischio, rilevando che il 55% delle imprese intervistate ha riscontrato problemi di natura legale. Le problematiche più frequenti sono risultate le fatture insolute (35,4%) e i contenziosi con i dipendenti (15,6%), seguite dalle contestazioni di avvisi di pagamento dei tributi, da procedimenti penali, sanzioni amministrative e vertenze di natura contrattuale.

dati personali (Gdpr) e della sicurezza cyber, con l’incognita emergente delle responsabilità legate all’intelligenza artificiale.

Coprire il rischio è solo una parte della proposta, e il servizio è vissuto da tutte le compagnie come valore aggiunto essenziale su una tematica complessa e molto tecnica come la tutela legale. Il servizio all’intermediario – in particolare la formazione – si inserisce nella logica, di riflesso, del servizio ai clienti, che trovano più facilmente risposte esaurienti ai propri dubbi rivolgendosi al consulente oppure consultando stru-

menti messi a disposizione dalle compagnie. Secondo Andreta, infatti, “a fianco dell’offerta ci deve essere una struttura capace di dare risposte comprensibili e soluzioni concrete; i servizi rientrano nella logica di attenzione al cliente, finalizzata alla fidelizzazione e alla percezione del valore del prodotto”. Nel caso di Arag, il servizio si concretizza nell’“ecosistema dei diritti, costituito da un insieme di asset che vanno dalla rete di avvocati specializzati, al team interno con competenze di mediazione, fino alle piattaforme tecnologiche”, che permettono al cliente di verificare se può avere diritto, ad esempio, a un rimborso conseguente al ritardo di un volo aereo, o di appurare la possibile opponibilità a una sanzione legata alla circolazione.

Sulla stessa lunghezza d’onda è l’opinione di **Alfredo Penna**, direttore generale di **Uca**, che ritiene centrale il ruolo dell’intermediario, formato e competente, in un contesto di grande potenziale del mercato. “Quella



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



Roberto Grasso, director & general manager di **Das**

della tutela legale è una polizza prettamente di servizio, che esalta l’aspetto consulenziale e offre copertura in una logica diversa, tangibile, in un mercato che oggi ha spazi enormi nel nostro paese”, riflette Penna, “l’intermediario ha compreso che i servizi aumentano il valore della sua relazione con l’assicurato e facilitano l’acquisizione di nuovi clienti”.

Il compito della compagnia è quello di fornire tutti gli strumenti necessari, dalla formazione ai supporti tecnologici, “che devono servire a mettere gli intermediari al centro, rafforzandoli nel loro ruolo di tramite indipendente con il cliente. L’evoluzione dell’offerta passa anche dalla digitalizzazione”. Tecnologia che è importante a livello operativo per semplificare l’assunzione dei rischi grazie all’acquisizione dei dati dei clienti, decisivi nella profilazione delle esigenze, nella scelta del prodotto più adeguato a soddisfarle, e nella mappatura del rischio stesso. **M.M.**