

TUTELA LEGALE, PRONTI A COGLIERE UNA NUOVA CONSAPEVOLEZZA

di Maria Moro

LE COMPAGNIE PERCEPISCONO NUOVE PROSPETTIVE PER IL MERCATO DELLA TUTELA LEGALE CHE VANNO OLTRE LA GARANZIA ACCESSORIA ALLA RCA: C'È UN GAP DI PROTEZIONE DA COLMARE RISPONDENDO A ESIGENZE CHE SI FANNO PIÙ CHIARE AI CLIENTI, IN PARTICOLARE ALLE IMPRESE, MENTRE AUMENTANO GLI INTERMEDIARI CHE NE COLGONO IL VALORE DI CONSULENZA E SERVIZIO

Se la tutela legale è un ramo in costante crescita ma con il marchio dell'eterna promessa, è perché finora ha faticato a incontrare una piena consapevolezza del rischio. Tanto è vero che quando il rischio è percepito, come nel caso dell'omicidio stradale, il vantaggio diventa chiaro e la proposta facilmente accolta dal cliente. Per creare un contesto più favorevole, le compagnie stanno lavorando sulla comunicazione al mercato, la formazione agli intermediari, e la costruzione di prodotti e servizi che incontrino le esigenze dei clienti.

Nel 2024 i risultati della raccolta premi si sono allineati al trend degli ultimi anni, con un portafoglio diretto pari a 678 milioni di euro (+6,2%); protagonista è il canale agenziale (75,8% nel 2023), stabile il contributo dei broker (6,7%) mentre si nota una contrazione della vendita diretta (dal 7,5% nel 2017 al 4,8% nel 2023) e una proporzionale crescita del canale bancario (dal 9,5% al 12,6%).

Il ramo continua ad avere un grande potenziale. Una misura del gap arriva da una stima interna di **Arag**, secondo cui la spesa pro-capite di tutela legale in Italia è di circa 10 euro, mentre in Germania è di 60 euro con un mercato che si aggira sui 5 miliardi.

Per ora, nel nostro paese si conferma una prevalenza della tutela legale come garanzia accessoria alla Rc auto, rispetto a una proposta di protezione più allargata. Secondo i dati forniti dalle compagnie protagoniste delle prossime pagine, la quota di motor nei loro portafogli si aggira, mediamente, appena sotto il 50%, con la parte restante suddivisa tra i target aziende, professionisti, condomini e privati.

FOCUS SUL TARGET AZIENDE

Una crescente attenzione del mercato sta però andando sempre più decisamente verso il segmento imprese, soprattutto per l'opportunità di offrire una protezione reale in caso di ri-



schio penale. Secondo un'analisi di **Ania** e **Crif** (2023), la tutela legale è tra le garanzie più diffuse nelle Pmi (39% di aziende assicurate), dopo le coperture Rc terzi, incendio, furto, eventi atmosferici.

Una ricerca realizzata da **Roland** ha confermato l'attualità del rischio legale per le imprese: il 66% dei broker intervistati ha affermato di aver avuto nell'ultimo anno clienti con situazioni di rischio legale, in prevalenza nell'ambito civile (55%) ma con una forte incidenza del penale (37%). La principale minaccia percepita riguarda la sicurezza sul lavoro (rischio definito "alto" dal 38%) seguita dalle vertenze con i clienti (29%) e dai reati penali fiscali, tributari o doganali (26%). Tuttavia, ancora oggi sette clienti su dieci non sono in grado di riconoscere il rischio penale, e tre su quattro non percepiscono l'utilità della polizza.

La concretizzazione del potenziale passa quindi per la promozione culturale a opera delle compagnie e per l'azione di offerta e di consulenza degli intermediari: da questo punto di vista, le testimonianze raccolte tra gli agenti e i broker che credono nel prodotto ne sottolineano il valore di servizio al cliente e di fidelizzazione.