

UN'OFFERTA PER CHIUDERE IL CERCHIO DELLA PROTEZIONE

di Maria Moro

L'EVOLUZIONE, GIÀ AVVIATA, DEL MERCATO DELLA TUTELA LEGALE SI CONSOLIDA, SOSTENUTA DA UN AUMENTO DELLA PERCEZIONE DEL RISCHIO TRA I CLIENTI E DA UNA DIVERSA ATTENZIONE DA PARTE DEGLI INTERMEDIARI. L'AZIONE DELLE COMPAGNIE SI INDIRIZZA ALLA RELAZIONE CON LA RETE E ALLA DIFFUSIONE DI CONOSCENZA SUL RUOLO DELLA GARANZIA A COMPLETAMENTO DELL'OFFERTA

Idati positivi del mercato della tutela legale cominciano a riflettere un aumento di sensibilità nei clienti e di interesse strategico degli intermediari. Rimangono tuttavia dei freni, soprattutto di conoscenza della materia e di abitudine nella proposta.

Le compagnie che operano in Italia si trovano concordi sia sulla potenzialità del ramo sia sulla presenza di limiti che lo zavorrano, e si mostrano proattive su più fronti, puntando a crescere in particolare nel segmento aziendale. "Ritengo che la crescita – riflette **Andrea Andreta**, ceo di Arag Italy – dipenda da due fattori principali: da un lato è aumentato l'interesse della clientela, dall'altro si sta sviluppando un contesto competitivo sempre più dinamico, in cui l'aumento degli attori assicurativi, in particolare nella distribuzione, determina una maggiore spinta". Il potenziale di sviluppo diventa più concreto in un contesto in cui crescono i rischi di contenziosi e di litigiosità per le imprese, i professionisti e i privati: in Italia, a fronte di costi per la giustizia tra i più alti in Europa, la



Andrea Andreta, ceo di Arag Italy

spesa pro capite per i prodotti di tutela legale rimane inferiore ai 10 euro.

“Il mercato della tutela legale – riflette **Alfredo Penna**, direttore generale di **Uca Assicurazioni** – continua a essere in grande fermento e ancora molto aperto, nonostante l’incremento significativo degli ultimi anni. La sfida maggiore è coinvolgere gli intermediari e le loro sottoreti, in modo che considerino le polizze di tutela legale a pari livello e pari dignità degli altri rami elementari. La tutela legale è un servizio che crea fiducia e fidelizzazione del cliente”. Sulla stessa linea si colloca la riflessione di **Stefano Buraglio**, direttore generale di **Tutela Legale Spa**, secondo il quale “il mercato della tutela legale sta cambiando pelle. Cresce la consapevolezza che avere al proprio fianco un supporto legale non sia un lusso, né un accessorio, ma un’esigenza concreta in un contesto normativo e sociale sempre più complesso. Eppure, il ramo è ancora molto sottovalutato, intrappolato in una narrazione tecnica e poco coinvolgente. I criteri di priorità che ci guidano sono la rilevanza dei rischi per i clienti, la coerenza con il modello di servizio e l’offerta di soluzioni semplici ma efficaci. Tutto questo rappresenta una duplice sfida: culturale, perché serve ripensare il modo in cui si comunica la tutela legale,



© Tutela Legale Spa

Stefano Buraglio, direttore generale di Tutela Legale Spa

rendendola più comprensibile, vicina alle persone e alle imprese; strategica, perché crediamo che in questo spazio ancora poco presidiato si giochi la vera opportunità di evoluzione del ramo”.

VERSO UNA COPERTURA COMPLETA, AL DI LÀ DELL’RC AUTO

Che per il ramo la comunicazione sia uno dei temi chiave, lo si rileva dal fatto che la maggior quota del mercato della tutela legale è ancora legata alla Rca e alla protezione dai rischi giudiziari conseguenti a un incidente stradale. Inoltre, la struttura dell’offerta è più orientata nell’ambito dei procedimenti civili, seppure i penali non siano affatto esclusi. “Questi due aspetti possono creare una prospettiva distorta – riflette **Pietro Pipitone**, direttore generale di **Roland Italia** – e, soprattutto verso le imprese, sembra esserci un malinteso di fondo, cioè che le coperture di Rc e D&o esauriscano la protezione legale per imprenditori e manager. In realtà, è solo in combinazione con le polizze di tutela legale che le figure apicali possono avere una copertura completa, in particolare in caso di procedimenti penali”. Anche per **Samuele Marconcini**, ge-



© Uca Assicurazioni

Alfredo Penna, direttore generale di Uca Assicurazioni

CRESCE LA PERCEZIONE DEL RISCHIO NELLA TUTELA DEI DIRITTI E NELL'AMBITO PENALE

Una ricerca di mercato, realizzata da Arag in sei paesi europei e Stati Uniti, ha evidenziato come in Italia ci sia il più basso livello di fiducia nel sistema giudiziario, con il 29% del campione intervistato che ha rinunciato una o più volte a far valere i propri diritti, seppure si ritenesse in ragione. “I primi tre motivi riferiti riguardano i costi, l’incertezza dell’esito e lo stress conseguente. La polizza di tutela legale e i servizi collegati – commenta il ceo di Arag Italy, Andrea Andreta – offrono un sostegno su questi punti, permettendo alle persone di far valere i propri diritti. Per questo abbiamo sviluppato un ecosistema di servizi gratuiti connessi alla polizza, finalizzato a generare sicurezza e dare punti di riferimento al cliente”.

Un rischio ancora molto sentito è l’omicidio stradale. I casi continuano ad aumentare e chi ne resta coinvolto deve affrontare un procedimento penale complesso e lungo, con costi che possono superare i 100mila euro, spesso insostenibili per una famiglia. “Situazioni simili – osserva Alfredo Penna, dg di Uca Assicurazioni – mostrano la vera funzione sociale della tutela legale, che copre anche altri scenari di rischio. Le aziende la considerano per i profili di responsabilità penale, come gli infortuni sul lavoro, oltre ai frequenti contenziosi contrattuali e agli illeciti amministrativi. I profes-

sionisti la apprezzano quale completamento delle garanzie Rc e per le conseguenze di procedimenti penali connessi all’attività. Anche i condomini mostrano crescente interesse, dato l’alto numero di conflitti connessi alla gestione”.

Nei fatti, la tutela legale non è un semplice ramo accessorio, ma una protezione che integra le altre polizze: senza di essa il cliente resta scoperto su rischi altrimenti non assicurabili. Un caso tipico è la copertura di Rc che non interviene nell’eventualità di sinistri per lesioni personali, estremamente onerosi per chi viene chiamato in causa. Roland Italia ravvisa una crescita della consapevolezza sui rischi da parte delle aziende, portata avanti dal confronto delle esperienze ma che trae beneficio pure dalla formazione manageriale superiore che caratterizza le nuove generazioni di imprenditori. “Lo misuriamo – conferma il dg Pietro Pipitone – dalla crescita degli assicurati, dei nuovi clienti acquisiti dai broker, delle richieste di informazioni. In ogni caso, è fondamentale la capacità degli intermediari di dare consulenza e di far emergere i bisogni. Quando le polizze vengono sottoscritte solo per adempiere a un obbligo normativo, il cliente non ne percepisce il valore e prevale, di conseguenza, la logica del prezzo”.

general manager di Das, è sempre più evidente come la tutela legale sia riconosciuta quale linea di business da sviluppare per offrire una copertura completa a una clientela che ancora non è stata raggiunta. “Le sfide sono di conseguenza individuabili: nuovi player, maggiore competizione, una nuova consapevolezza nel mercato. L’obiettivo, e l’opportunità più sfidante, è di essere portavoce di un cambiamento della cultura assicurativa nel nostro paese, per trasmettere il messaggio

che le coperture assicurative danni tradizionalmente intese non siano più da sole sufficienti per sentirsi davvero tutelati rispetto a quello che può accadere nella vita di tutti i giorni. Proteggere le responsabilità e i beni, senza proteggersi dal rischio legale, significa accettare e trattenere un rischio che, con la sua evoluzione, sta diventando sempre più prepondente ed economicamente impattante” sostiene Marconcini.

LE STRATEGIE PER CRESCERE: OFFERTA, TECNOLOGIA E PARTNERSHIP

Le potenzialità del contesto descritto suggeriscono a tutte le compagnie nuovi ambiti su cui sviluppare proposte innovative per la tutela legale.

Seguendo la volontà di innovazione, Das sta costruendo un ecosistema operativo pensato per offrire un'esperienza fluida e di valore a tutti gli stakeholder coinvolti. “A partire dal nostro primo *touch-point*, che è rappresentato dagli intermediari, abbiamo semplificato le comunicazioni e stiamo per lanciare un nuovo tool di intelligenza artificiale integrata nella gestione delle quotazioni”, spiega Marconcini. Le novità non toccano però solo la rete, e l'impegno verso il cliente va oltre la gestione del sinistro: “Vogliamo che la polizza diventi uno strumento quotidiano di prevenzione, semplificazione e protezione. I servizi di denuncia online e la certificazione del valore giuridico del materiale digitale tramite *TrueScreen* sono una soluzione per affrontare un problema di natura burocratica o giuridica”. Inoltre, Das ha evoluto il supporto di consulenza legale telefonica con la consulenza legale scritta,



Samuele Marconcini, general manager di Das



Pietro Pipitone, direttore generale di Roland Italia

“che consente ai nostri clienti di affrontare anche le situazioni più complesse, prima che diventino controversie, con un semplice messaggio dallo smartphone”, osserva il gm di Das. Sul fronte di Uca, l'impegno di quest'anno è di lavorare in parallelo su prodotti e territorio, con più risorse dedicate alla formazione per la rete commerciale. “Quando gli intermediari sono preparati sul nostro ramo e sanno offrire consulenza, i risultati migliorano sensibilmente”, conferma Alfredo Penna. Per sostenere la crescita, Uca ha ripreso i road show, ha potenziato marketing e comunicazione, ha avviato i tavoli Pog per il restyling del catalogo, ed è in procinto di lanciare un nuovo prodotto per la circolazione stradale. Inoltre, ha introdotto una procedura veloce per l'emissione dei contratti auto e un innovativo modulo di raccolta dei dati anagrafici, mentre sono in corso d'opera progetti per la semplificazione della firma digitale e il potenziamento della piattaforma di formazione.

Guardando ad Arag, dopo la soluzione basata sul rating Esg e la copertura per gli affitti brevi lanciate nel 2024, la compagnia propone ora l'integrazione della copertura cat-nat nelle polizze di tutela legale per le imprese, in caso di contenziosi conseguenti agli impatti di eventi catastrofali. Andreta



anticipa altre novità: "Pensiamo che il segmento del welfare aziendale e quello dei proprietari immobiliari siano ambiti di mercato interessanti". Un altro filone su cui Arag investe è la distribuzione, perseguiendo una strategia multicanale. "I nostri canali e fonti di business sono diversificati: in quello diretto collaboriamo con agenti plurimandatari, broker nazionali e internazionali, intermediari insurtech, mentre in quello indiretto abbiamo partnership riassicurative con compagnie e bancassicuratori. Mettiamo a disposizione di ciascuno di essi prodotti, servizi e tecnologia coerenti con le specificità del canale", spiega Andreta.

L'INNOVAZIONE DI PRODOTTO

L'offerta è terreno di novità per tutte le compagnie. Negli ultimi dodici mesi, Tutela Legale ha lavorato su più livelli, per rendere l'offerta ancora più solida, con un approccio più vicino a clienti, partner e intermediari, e per strutturare un modello costruito sulla fiducia e su competenze verticali nei rami 17 e 16. "Per la rete distributiva – illustra Buraglio – abbiamo semplificato i percorsi operativi, potenziato il supporto, e rivisto i materiali formativi. È stata introdotta una piattafor-

ma dedicata alla gestione personalizzata delle convenzioni. Sul piano dei prodotti abbiamo innovato le coperture rivolte ai professionisti e alla persona, e stiamo per introdurre novità per imprese e terzo settore, con particolare attenzione ai rischi emergenti, ambientali in primis. Il nostro percorso partirà dall'ambito business, dove i bisogni emergenti sono più urgenti e le opportunità più immediate". Tra le novità è il master **Cetif** per gli intermediari, inizio di un percorso formativo che avrà nuove edizioni e nuovi formati.

Novità nella proposta anche per Roland Italia. "La prima – spiega Pipitone – è la copertura per la difesa preventiva, che si attiva nei casi in cui il cliente può avere il sospetto di essere interessato da un'indagine penale ma non ne ha ancora ricevuto notizia. La nuova garanzia permette di coprire i costi per l'attività dell'avvocato finalizzata a chiarire la posizione reale del cliente". Una seconda novità riguarda una modifica nella clausola di contratto con cui si specifica la copertura del sinistro anche nel caso in cui sia determinato dall'uso dell'AI. Inoltre, dall'autunno 2025 aumentano i massimali per la difesa penale, in via automatica e senza costi aggiuntivi per i clienti, decisione nata dall'aver osservato un numero crescente di casi in cui le spese legali hanno superato soglie significative, anche con massimali già elevati. Infine, la compagnia potrà offrire massimali fino a 1,5 milioni per la difesa penale.

FORMAZIONE, COMUNICAZIONE E AI

La crescita del mercato passa dalla conoscenza dei vantaggi che derivano da una copertura di tutela legale, per questo le compagnie stanno investendo in formazione e comunicazione verso i clienti e gli intermediari, affidandosi anche alle potenzialità della tecnologia. L'innovazione tecnologica è un driver imprescindibile ed è perseguita per migliorare la produttività e per semplificare la relazione tra intermediario e cliente, e di entrambi con la compagnia. Il vantaggio maggiormente percepito è però nella valorizzazione dei servizi di consulenza, con interazioni a distanza che migliorano il confronto con il cliente, offrendogli nuove soluzioni e favorendone la fidelizzazione. Nell'operatività delle compagnie sta entrando da protagonista l'intelligenza artificiale, con lo scopo di semplificare i processi e liberare le persone dalle attività a basso valore aggiunto a favore di un contributo di maggiore qualità.