

SERVIZI, DIGITALE E PERSONALIZZAZIONE: IL TRIDENTE DELLE COMPAGNIE

DOPO UN AVVIO DEL 2020 GUIDATO DALL'INCERTEZZA, IL SETTORE HA REAGITO ACCELERANDO SUI TREND DEL SUPPORTO A INTERMEDIARI E CLIENTI ATTRAVERSO LE TECNOLOGIE. LA CRESCITA NORMATIVA È TERRENO DI DIALOGO CON IL MERCATO E L'OFFERTA PERSONALIZZATA RESTA UNA SOLUZIONE SEMPRE PIÙ NECESSARIA

Un anno fa, su queste stesse pagine, fare una sintesi di come il Covid-19 avesse influito sul mercato delle coperture di tutela legale significava ancora lavorare per ipotesi, a partire dal fatto che l'avvento dell'estate aveva fatto sperare che la parentesi pandemica si stesse chiudendo. Oggi sappiamo che non è stato così, ma nel frattempo alcune soluzioni di emergenza sono diventate stabili e si è meglio disegnato il panorama dei rischi connessi all'evento. L'attesa per l'inizio di un'ondata di contenziosi a fine 2020 non si è concretizzata nelle dimensioni attese, ma l'opinione comune è che si tratti semplicemente di una questione di tempo e che, appena si calmeranno le acque e sarà più chiara la nuova normalità, si assisterà alla crescita di cause in ambito datoriale, contrattuale, amministrativo e sanitario, aggravato quest'ultimo dal tema delle vaccinazioni.

UN IMPATTO TUTTO DA MISURARE

Partito bene a inizio 2020, il mercato della tutela legale aveva subito in primavera un rallentamento comprensibile, per poi rilanciarsi e chiudere positivamente (+6,7%), ancora una volta in controtendenza rispetto al totale rami danni (-2,3%). Nel frattempo le compagnie si sono organizzate, introducendo novità che si sono consolidate in nuovi strumenti di confronto e di supporto alle reti e in nuovi modelli di business.

Dalle modalità di coinvolgimento della rete, all'impatto dei nuovi sinistri, fino alle attese per capire se e come cambierà il mercato, l'ultimo anno è stato, se così si

può dire, denso di stimoli. “Se l'anno scorso era tutto nuovo, oggi è nuovissimo – ha sintetizzato **Francesca Breda**, responsabile dell'area tutela legale di **Global Assistance** – e alla priorità di gestire il rischio salute si è sostituita la necessità di governare la crisi economica. In questo periodo abbiamo ritenuto importante aiutare la rete di intermediari a orientarsi, dando indicazioni utili a selezionare i target in modo positivo. Essendo il nostro un mercato ancora di offerta e non di domanda, si è potuto continuare a operare con professionisti, famiglie, auto, retail, rivolgendosi a loro sia per i rischi tradizionali sia per i nuovi che sono derivati dalla produzione normativa relativa alla pandemia”. In un panorama in evoluzione è necessario dare un'interpretazione dinamica del mercato, essere attenti ai cambiamenti quasi quotidiani che caratterizzano la lunga fase di incertezza che stiamo vivendo. L'attenzione alla realtà dei fatti permette di intuire da che parte tira il vento e di volgere le vele di volta in volta verso le rotte che si presentano come più proficue. La capacità di cogliere il cambiamento si confronta con gli input che arrivano dagli intermediari: le compagnie di tutela legale hanno intensificato negli ultimi diciotto mesi il dialogo con le reti, utilizzando ampiamente i mezzi tecnologici per incontri personali, webinar, conferenze.

La tecnologia è stata il tramite con cui si è potuto proseguire a fare business in maniera costruttiva. Spiega **Pietro Pipitone** direttore generale e rappresentante



Francesca Breda, responsabile dell'area tutela legale di Global Assistance

generale per l'Italia di **Roland**: “gli incontri e i webinar sono stati utili per creare una comunicazione continua, finalizzata a fornire risposte certe a un mercato disorientato, in particolare riguardo al rischio di contagio da Covid in azienda. Abbiamo spiegato le coperture della polizza e rassicurato sul fatto che la fattispecie di rischio rientrava tra le garanzie. Da una nostra indagine su risk manager e broker, è emerso che l'81% delle aziende ha registrato almeno un caso di Covid tra i dipendenti, e di queste il 20% ha avuto conseguenze legali”.

Un altro ambito di incertezza con cui le compagnie si sono trovate a fare i conti è relativo al trend dei sinistri. Secondo l'esperienza di **Andrea Andreta**, ceo di **Arag**, “l'impatto dei sinistri ascrivibili alla pandemia è stato fino a ora significativo ma inferiore alle attese”, con il 30% circa che ha riguardato i viaggi e l'annullamento di eventi e il 12% relativo alle controversie di lavoro, un dato più contenuto di quanto ci si aspettasse. Nel complesso, un andamento economico positivo che si sta confermando per il 2021: “l'anno si è avviato positivamente per tassi di crescita e andamento tecnico, c'è stato un rapido ritorno alla normalità della frequenza dei sinistri ma per ora non assistiamo a trend anomali riconducibili alla pandemia”. Per il futuro la riflessione è soprattutto sulle controversie di lavoro: “non possiamo che attendere di vedere come saranno portate avanti le iniziative a protezione dell'economia e i sostegni sociali. Molto – ammette Andreta – dipenderà dalla ripresa generale”.

TECNOLOGIA E CONSULENZA PER SOSTENERE LE RETI

Tra i temi in evidenza emerge il supporto ai canali distributivi, che impegna le compagnie su più fronti (formazione, consulenza, strumenti di vendita, assistenza) per il presidio dei quali hanno sviluppato soluzioni a distanza che hanno temporaneamente sostituito gli incontri in presenza. Nel futuro l'esperienza si trasformerà verosimilmente in un modello ibrido, una formula che rafforza l'azione sugli intermediari.

“Lavoriamo con l'obiettivo di valorizzare la tutela legale nell'offerta quotidiana di tutta la nostra rete distributiva, come completamento delle soluzioni assicurative proposte ogni giorno ai loro clienti”, conferma **Roberto Grasso**, amministratore e direttore generale di **Das**. Oltre a intensificare i corsi di formazione attraverso l'utilizzo di aule virtuali, la compagnia ha creato un appuntamento settimanale con gli specialisti che operano nelle agenzie per confrontarsi sui temi della tutela legale, chiarire eventuali dubbi e condividere le *best practice*. “Abbiamo rafforzato la nostra presenza sul territorio, potenziando e riorganizzando la struttura commerciale e creando un canale dedicato ai broker: da luglio 2020 abbiamo costituito la nuova struttura *Intermediary care*, come unico punto di accesso per garantire risposte puntuali, tempestive e competenti”.

Per **Alfredo Penna**, direttore generale di **Uca Assicurazione**, la formazione e le relazioni in presenza hanno certamente un'altra valenza, ma la modalità webinar ha offerto il vantaggio della continuità: “Nei mesi della pandemia l'esigenza di vicinanza alla rete si è concretizzata nell'accelerazione sul digitale oltre che nel supporto agli intermediari con *provvigioni extra di emergenza*. Per mantenere e ampliare l'operatività della rete abbiamo attivato la firma digitale in blockchain, che consente la chiusura dei contratti a distanza in massima sicurezza, e la possibilità di gestire i pagamenti con carta di credito, con i costi interbancari a carico della compagnia”. Altre novità in arrivo sul fronte tecnologico riguardano la gestione dei pagamenti con Satispay e una *webapp* che consentirà di velocizzare la vendita del prodotto *Circolazione* per gli intermediari, semplificando l'acquisizione dei dati anagrafici e agevolando il lavoro in mobilità da smartphone e tablet.

LA NORMATIVA TRA PRODOTTO E SERVIZIO

Il dialogo con gli intermediari è fondamentale per raccogliere informazioni utili a capire come va il mercato,

quali esigenze emergono, e di risposta suggerire in che modo proporre il prodotto e come costruirlo secondo le garanzie disponibili.

Nell'esperienza di Das, nel 2020 le reti distributive hanno sviluppato una maggior attenzione sulle coperture di tutela legale, sulla scia di un interesse manifestato dai clienti. La compagnia ha riscontrato una crescita della sensibilità ai rischi legali da parte di imprese e partite Iva, che si sono dovute destreggiare tra regole e Dpcm in continua evoluzione. "La tutela legale – spiega Roberto Grasso – si è dimostrata un'importante alleata per i datori di lavoro, molto più attenti al rischio di trovarsi coinvolti in procedimenti penali, sanzioni amministrative, contenziosi civili con dipendenti, clienti, fornitori, in un momento molto difficile. Abbiamo inoltre registrato una crescita del 20% delle richieste del servizio di consulenza legale da parte di un avvocato specializzato, compreso all'interno di tutte le nostre polizze, sia in ambito *business*, sia *retail*. Infine, riscontriamo sempre più rilevante l'esigenza di velocizzare la risoluzione delle controversie anche al di fuori delle aule dei tribunali".

In sintesi, anche nella tutela legale il mercato assicurativo ha avviato un cambiamento verso la costruzione di servizi innovativi a sostegno dell'offerta, in cui la digitalizzazione gioca un ruolo chiave nella semplificazione e nella differenziazione delle soluzioni.

Nella strategia di Arag illustrata da Andreta ciò significa che "l'assicuratore e le reti agenti devono agire in sinergia come gestori dei rischi dei clienti", un concetto supportato dalla costituzione di un "ecosistema per la tutela dei diritti per gli assicurati". Servizi accessori e gratuiti, basati su competenze e piattaforme digitali, per aiutare il cliente a comprendere i rischi a cui è esposto e trarre il massimo vantaggio dalla copertura. I professionisti, ad esempio, affrontano contenziosi legati al rispetto delle norme, al rapporto con clienti e fornitori e, in misura minore rispetto alle imprese, per quanto riguarda i rapporti di lavoro dipendente.

Il target dei professionisti è all'attenzione un po' di tutte le compagnie di tutela legale, in particolare per la quantità di normative tra cui devono destreggiarsi nell'adempimento del proprio lavoro.

"Pandemia o meno, il nostro settore prende spunto dalla quantità di norme esistenti e dalla continua introduzione di nuovi decreti. Esiste l'opportunità commerciale di creare prodotti temporanei, che coprono



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

adeguatamente un rischio per il tempo di validità della norma", afferma Francesca Breda. Il caso più recente è legato all'Ecobonus del 110%, un provvedimento complesso che espone a rischi di responsabilità i professionisti coinvolti nella filiera delle ristrutturazioni, con conseguenze che si manifesteranno nei prossimi anni.

"Abbiamo deciso di assecondare il cambiamento, guardando alle opportunità in maniera proattiva. Il nostro catalogo – osserva Breda – è costituito da proposte modulari complete, che permettono di costruire polizze personalizzate senza dover realizzare nuovi prodotti. L'attività di affiancamento e formazione verso gli intermediari è orientata a sfruttare pienamente le soluzioni a disposizione, rivolgendosi ai segmenti che possono essere disposti a recepirle".

IN CRESCITA L'INTERESSE DA PARTE DEL TERZIARIO

Se l'ambiente sociale e produttivo italiano era già caratterizzato da una notevole mole di norme, la pandemia è stata all'origine di un'ulteriore produzione in molti ambiti, dai regolamenti a tutela della salute sui luoghi di lavoro, a quelli relativi alle chiusure di esercizi commerciali, fino alle restrizioni agli spostamenti individuali. Queste novità, e forse anche un maggiore senso di vulnerabilità diffuso, hanno aumentato la

sensibilità verso alcune coperture di tutela legale, in particolare per il datore di lavoro, le figure apicali e il comparto sanitario.

Alfredo Penna conferma una crescita dell'attenzione verso la protezione legale, ma aggiunge che occorre fare ancora molta opera di sensibilizzazione, possibile grazie a una rete adeguatamente formata. "L'impatto sulla tutela legale della produzione normativa è una circostanza che avevamo già verificato con l'introduzione dell'omicidio stradale nel 2016, mentre lo scorso anno abbiamo registrato un aumento di interesse a seguito del riconoscimento del contagio da Covid come infortunio sul lavoro. Abbiamo riscontrato un ampliamento della sensibilità anche in quei settori, come i servizi, che prima erano meno coinvolti sul tema della sicurezza. In relazione alla pandemia abbiamo percepito un aumento di interesse per il rischio cyber, aggravato dal forte ricorso al lavoro da remoto, oltre alla comprensibile crescita di contenziosi in ambito sanitario".

Un sondaggio condotto da Roland Italia presso gli intermediari ha confermato gli effetti diretti della pandemia sul rischio del management delle aziende, con il 66% dei rispondenti che attesta una tendenza all'aumento. "Oltre alla responsabilità a cui possono essere chiamati in caso di contagio in azienda, vanno considerati gli effetti della crisi una volta terminato il blocco dei licenziamenti e interrotte le forme di sostegno



Andrea Andreta, ceo di Arag



Roberto Grasso, amministratore e direttore generale di Das

alle imprese. È una spada di Damocle che pende sulla testa dei dirigenti, che potrebbero dover rispondere per responsabilità personale". Secondo un'altra ricerca, realizzata con l'Università di Napoli Parthenope, l'82% dei manager si considera esposto a rischi penali per lo svolgimento delle proprie funzioni. Non solo: "le aziende attive all'estero sono esposte pure nei paesi in cui operano", commenta Pipitone, annoverando tra gli altri rischi ormai riconosciuti per questo target quelli correlati al Gdpr e alla normativa fiscale e giuslavoristica.

ASPETTANDO LA RIFORMA DELLA GIUSTIZIA

Tra i tanti fronti aperti, aleggia da tempo anche la riforma del sistema giudiziario, che si auspica ora imminente considerata la sua introduzione nel Pnrr quale pilastro indispensabile al raggiungimento degli obiettivi concordati con l'Unione Europea. In realtà, non è così evidente il legame tra riforma del sistema giudiziario e incremento delle coperture di tutela legale quale forma di giudizio alternativo a un sistema farraginoso. In altri paesi europei dove i sistemi giudiziari sono efficienti la tutela legale ha volumi di vendita molto maggiori che in Italia, a dimostrazione che ciò che maggiormente pesa è la cultura assicurativa complessiva.

Secondo Roberto Grasso, è sul tema della riduzione

dei tempi nei procedimenti civili e penali che la riforma deve concentrarsi: “È stato dimostrato come una più rapida gestione della giustizia sia una condizione imprescindibile al corretto funzionamento del sistema economico”. La polizza di tutela legale “può rappresentare uno scudo, attraverso un modello di efficienza e competitività, per la tutela dei diritti e la risoluzione delle controversie già in fase stragiudiziale, quindi senza passare dai tribunali. Allo stesso tempo si dimostra un valido sostegno al sistema giudiziario, per supportare il funzionamento dell’economia e lo sviluppo di tutto il mercato italiano”.

Una giustizia con tempi lunghi ed esiti incerti determina un contesto di incertezza che da un lato frena gli investimenti esteri e dall’altro disincentiva il cittadino dal far valere i propri diritti. Pipitone osserva a questo proposito che “i due terzi dei procedimenti penali finiscono con l’archiviazione perché mancano i presupposti per procedere, ma per giungere a questo punto sono spesso necessari anni in cui i cittadini sono costretti a dedicare tempo e risorse, con un danno personale enorme”. In questo contesto, ricorda, il ruolo della copertura di tutela legale è quello di offrire un servizio per la difesa e la copertura dei costi.

LA VIA DELLO SVILUPPO PASSA DALLA PERSONALIZZAZIONE

Come affrontare quindi il futuro? In che modo l’esperienza di questo ultimo anno ha posto le basi per i prossimi?

Francesca Breda invita a osservare con attenzione l’evolversi del mercato con spirito propositivo, dialogando con gli intermediari. Serve flessibilità e capacità di cogliere le esigenze del mercato: “la missione della compagnia è far capire agli intermediari che la soluzione non è nel prodotto ma nella proposta, quindi nel capire cosa serve al cliente e dare risposta alle sue esigenze. Partendo da un’ampia base di prodotti standard, le strade da seguire sono i prodotti temporanei, per incontrare le opportunità che talvolta arrivano dalle legislazioni a termine, creare un’offerta in ottica *taylor made*, e collaborare con la rete sugli accordi in *affinity*, per far incontrare l’interesse di gruppi di clienti con le proposte dell’intermediario. Il tutto affinando la strumentazione informatica a disposizione della rete”.



Alfredo Penna, direttore generale di Uca Assicurazione

Al tema della personalizzazione del prodotto si affianca quello della costruzione di servizi che vadano incontro alle esigenze dei clienti. Andreta fornisce alcuni esempi di integrazione dell’offerta di servizi accessori: “Con un pool di avvocati e i nostri specialisti abbiamo sviluppato un servizio di supporto telefonico e una chatbot per gli utenti sul tema Covid. Inoltre integriamo piattaforme di partner esterni per aiutare i clienti a verificare l’esistenza di un diritto da tutelare”. Le tecnologie digitali diventano fondamentali per supportare gli intermediari nell’offerta di soluzioni personalizzate, veloci e flessibili, “come la nostra piattaforma online, che consente all’agente una relazione anche a distanza con i propri clienti”.

Nel prossimo futuro di Uca, la strategia distributiva resterà immutata e la compagnia si pone quali primi obiettivi l’aumento dell’attività formativa e la creazione di prodotti sempre più affini alle esigenze dei clienti: “il riscontro registrato ci induce a focalizzare sempre di più l’attenzione sulle esigenze specifiche dei target e sulle soluzioni *taylor-made*. Quest’anno abbiamo proseguito nella strategia di coprire tutti i rischi a cui i clienti sono esposti, senza focalizzarci su un mercato in particolare, una politica che ci ha permesso di crescere in modo omogeneo su tutti i target. L’auspicio – conclude Penna – è tornare alla normalità, con un approccio equilibrato tra relazione diretta e mediazione tecnologica”. **M.M.**