GESTIONE DELLA CRISI REPUTAZIONALE: È UN RISCHIO ASSICURABILE?



La reputazione è attualmente considerato come il più importante asset intangibile per un'organizzazione, quello di maggior valore sotto il profilo economico-finanziario: una buona reputazione è in grado di condizionare i comportamenti di acquisto di prodotti e servizi, aumenta quella che in gergo tecnico definiamo "la licenza di operare" di qualunque organizzazione, ovvero la disponibilità e la fiducia che i cittadini garantiscono a un'azienda, permettendole quindi di ampliare il proprio business, e aiuta a proteggere dalle crisi reputazionali.

Secondo un'indagine di Weber Shandwick dal titolo 'The State of Corporate Reputation', il 63% del valore di mercato di un'organizzazione è attribuibile alla sua reputazione: la letteratura oggi ci suggerisce quanto, senza ombra di dubbio, la reputazione abbia un impatto diretto sul valore di qualunque azienda o personaggio, toccando un insieme di fattori come identità, immagine, notorietà e riconoscibilità, che influiscono sugli stakeholder e sul valore percepito dai cittadini.

N**el XXI secolo poter contare su una buona reputazione significa anche poter guadagnare (molti) più soldi**. Il Reputation Institute USA stima che, in media, una variazione di un punto nell'indice reputazionale di un'organizzazione – misurato dal loro indice RepTrak® – vale circa il 2,6% del valore di mercato dell'organizzazione; l'Istituto ha anche creato un portafoglio composto dalle 10 società più quotate ogni anno dal punto di vista reputazionale, e i risultati nel periodo di tempo considerato (10 anni) dimostrano che un investimento di $ 1.000 distribuito equamente tra le azioni delle prime 10 società per buona reputazione, sarebbe valso, 10 anni dopo, $ 3.025, con un rendimento migliore del 50% rispetto all'indice Dow Jones ($ 2.053), all'indice Russell 3000 ($ 2.030) e all'indice S&P 500 ($ 2.010), e che sovraperforma quindi rispetto alle medie di mercato.

Insomma, reputazione è uguale a denaro: come proteggerla

quando va in crisi? Esiste per questa attività professionale un'apposita specializzazione, quella del crisis manager, il cui ingaggio però può costare, e non poco. Per questo, varie compagnie assicurative hanno iniziato a contemplare nelle proprie Polizze anche la copertura non già del rischio reputazionale (gli importi in gioco sarebbero enormi, in considerazione dell'impatto sui conti delle crisi reputazionali) ma quanto meno delle cifre anche importanti da destinare, nell'ipotesi di crisi, al pagamento delle parcelle dei professionisti coinvolti nel Crisis team.

Per capirne di più abbiamo intervistato **Gianluca Cireddu**, Agente Generale di Reale Mutua.

Reale Mutua propria polizza RESPONSABILITA' CIVILE DIRECTORS & OFFICERS tra le spese speciali ha previsto anche una copertura per la mitigazione dei costi necessari per pagare le parcelle dei professionisti da impiegare per gestire il danno conseguente da crisi reputazionale. Come legge questa "nuova sensibilità" da parte della sua azienda?

L'ufficio innovazione prodotti di Reale Mutua a mio avviso ha fatto bene il proprio lavoro. Le spese per la gestione del danno reputazionale sono risultate negli ultimi sondaggi in vertiginosa crescita di domanda, ed è per questo che sono state inserite in Polizza, direi anche con un limite di risarcimento ragguardevole, che testimonia l'importanza che possono rivestire per l'azienda assicurata.

Quali sono i soggetti che possono beneficiare della liquidazione delle somme derivanti da questa copertura?

Sono assicurate tutte le persone fisiche che abbiano ricoperto nel periodo di validità contrattuale un ruolo nel C.d.A., o come membri del Collegio Sindacale o Revisori dei Conti, membri del Comitato per il Controllo di Gestione, Consiglio di Sorveglianza, Consiglio direttivo, il Direttore Generale, i Dirigenti preposti alla redazione di documenti contabili

societari, i Dirigenti preposti per le funzioni organizzative e/o direttive, il Responsabile della Sicurezza, il Responsabile del trattamento dei dati personali, il Responsabile Internal Audit, il Responsabile Risk Management & Compliance, e infine il Responsabile Fondo Pensione dipendenti e dirigenti, anche qualora le predette mansioni fossero svolte in società partecipate a quella assicurata.

La copertura è attiva anche in caso di "mala gestio" degli amministratori? Ed anche in caso di loro colpa grave?

Se la "mala gestio" è di origine colposa (anche in caso di colpa grave) assolutamente si (è però espressamente escluso il dolo).

Come si ottiene questa speciale copertura, e quanto costa in concreto, in termini di maggiore esborso rispetto alla sottoscrizione della Polizza "base"?

La copertura é subordinata alla compilazione di un questionario pre-assuntivo nel quale è necessario fornire, oltre ai dati generali, anche una serie di dati di natura finanziaria. Il costo è dato da un coefficiente molto variabile in funzione del fatturato, del settore nel quale opera l'azienda e delle garanzie aggiuntive che il cliente intende sottoscrivere. La forbice é molto ampia: da alcune centinaia di euro per le piccole imprese, a importi più significativi per grandi realtà societarie molto strutturate.

Qual è l'entità massima delle spese che possono venire risarcite?

Il massimale dedicato alle spese di gestione della crisi reputazionale è pari al 10% del massimale complessivo di polizza, con 250.000 euro di massimo risarcibile. È una soglia che permette di poter ingaggiare professionisti anche affermati, per la gestione della crisi reputazionale, senza dover sovraccaricare l'azienda di costi non trascurabili, e per un periodo adeguato a gestire la fase di recovery

reputazionale post evento dannoso. Reale ha voluto dare un segnale, su una tematica, quella del rischio reputazionale, di sempre più stringente attualità.