

# LA NOVITÀ *del* MERCATO GRIGIO

Con il Regolamento 45 e il Provvedimento 97 l'Ivass accelera sulla disciplina della distribuzione, con al centro il rapporto di collaborazione tra imprese. Emerge anche un mercato alternativo a quello positivo e a quello negativo, in cui la consulenza ha un ruolo determinante

di **CHIARA CIMARELLI**,  
legal director di DLa Piper Italy

**Il 31 marzo entrano in vigore il Regolamento Ivass n. 45 del 4 agosto 2020 in materia di requisiti e governo dei prodotti assicurativi (Regolamento 45) e il Provvedimento Ivass n. 97 di pari data di modifica, tra l'altro, dei precedenti Regolamenti Ivass n. 24/2008 sulla gestione dei reclami, n. 40/2018 sulla distribuzione assicurativa e 41/2018 in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi (Provvedimento 97).**

Mediante il Regolamento 45 e il Provvedimento 97, l'Ivass, completa l'implementazione della Direttiva 2016/97 UE sulla distribuzione assicurativa, imprimendo una decisiva accelerazione alla disciplina della distribuzione, per ciò che concerne, in particolare, il rapporto di collaborazione tra imprese e intermediari

nella definizione della platea dei soggetti potenzialmente interessati all'acquisto dei prodotti assicurativi (Regolamento 45) e all'avvicinamento della disciplina relativa alla distribuzione dei prodotti finanziari assicurativi a quella di derivazione *Mifid II*.

Sul primo punto, come si ricorderà, il Regolamento 45 interviene richiedendo, tra le altre cose, ai produttori (siano essi le imprese di assicurazione o gli intermediari che agiscono in qualità di produttori di fatto) di identificare, con sufficiente granularità, in proporzione alla complessità del prodotto offerto, il mercato di riferimento al quale il prodotto si rivolge, in base, tra l'altro, alla tipologia astratta di clientela al quale il prodotto si rivolge, ai rischi, alle esigenze e obiettivi assicurativi del cliente, alle caratteristiche del prodotto.

## La collaborazione sulle aree di riferimento

La definizione del mercato di riferimento sopra ricordata, prevista dall'articolo 6 del Regolamento 45 e volta a identificare il così detto *mercato di riferimento positivo*, si accompagna alla collaterale definizione del così detto *mercato di riferimento negativo*, rappresentato dalla categoria astratta di soggetti ai quali il prodotto non può più essere venduto, perché altrimenti incoerente e inadeguato, in base alle nuove previsioni dell'articolo 58 del Regolamento Ivass n. 40/2018, come modificato per effetto del Provvedimento 97<sup>1</sup>.

La collaborazione richiesta alle imprese e agli intermediari è nel senso di identificare e contrattualizzare, mediante specifico accordo, la direzione, il contenuto, la periodicità e le modalità di scambio dei flussi informativi relativi ai prodotti (ar-

ticolo 10, comma 1, del Regolamento 45) con la finalità di verificare che la vendita avvenga conformemente alle esigenze, caratteristiche e agli obiettivi del mercato di riferimento positivo, ovvero a quelli del così detto mercato di riferimento effettivo identificato dal distributore (e consistente in una specificazione del mercato di riferimento indicato dal produttore), ovvero di applicare misure correttive qualora dal processo di vendita emergano incoerenze.

In aggiunta all'identificazione delle predette aree positive e negative di vendita e di astensione dalla vendita del prodotto (cioè il mercato di riferimento positivo e negativo, rispettivamente), l'articolo 6, comma 5, del Regolamento 45 identifica un'ulteriore potenziale area di vendita, rappresentata dal così detto *mercato grigio*, cioè da quella porzione di mercato, non espressamente compresa nel mercato di riferimento positivo ma non inclu-

sa nel mercato di riferimento negativo, alla quale la vendita può essere diretta, previa effettuazione dell'attività di consulenza. Trattasi di una novità, quest'ultima, estesa dall'Autorità di Vigilanza anche ai prodotti diversi da quelli di investimento assicurativo, su richiesta degli operatori durante la consultazione al Regolamento 45, che, se da un lato è da salutarsi senz'altro positivamente (dal momento che non "ingessa" l'attività di distribuzione assicurativa), tuttavia pone non poche criticità agli operatori, a partire dall'attività di consulenza, consistente in una raccomandazione personalizzata e motivata alla clientela circa l'adeguatezza del prodotto alle richieste ed esigenze assicurative di quest'ultimo (nonostante il cliente non rientri espressamente nel mercato di riferimento positivo), la cui declinazione, soprattutto per ciò che attiene i prodotti meno complessi venduti nel comparto danni, rimane ancora di difficile attuazione.

### Consulenza tra distributori e intermediari

Sull'attività di consulenza alla quale l'articolo 6, comma 5, del Regolamento 45 rinvia, il disposto dell'articolo 119 ter, commi 3 e 4, del D. Lgs. 7 settembre 2005, n. 209 (Codice delle Assicurazioni Private) non sembra portare particolare chiarezza, sal-

vo intendere la forma di consulenza prevista dal terzo comma della disposizione citata come quella prestata dai distributori (cioè dagli intermediari e dalle imprese di assicurazione quando effettuano attività di distribuzione diretta) rispetto al portafoglio di prodotti nella loro disponibilità, e quella dal quarto comma come invece la consulenza prestata su base imparziale e personale, unicamente da parte degli intermediari (e non anche delle imprese di assicurazioni che svolgono attività di distribuzione diretta) volta a individuare sul mercato il prodotto che maggiormente si attaglia alle richieste ed esigenze assicurative del contraente, dopo un'analisi di un numero sufficiente di contratti di assicurazione presenti sul mercato. Rispetto alle due forme di consulenza indicate dal Codice delle Assicurazioni Private, la consulenza su base così detta *indipendente* prevista dal Regolamento Intermediari **Consob**, come modificato per effetto della Delibera Consob n. 21466 del 29 luglio scorso, e applicabile alla distribuzione dei prodotti di investimento assicurativo da parte di banche, intermediari finanziari, etc., anche comunitari, pare introdurre ulteriori elementi di incertezza, rispetto al relativo ambito di applicazione (la cui definizione non appare chiara rispetto alla forma di consulenza

prevista dall'articolo 119 ter, comma 4, del Codice delle Assicurazioni Private).

La rivisitazione della disciplina relativa alla distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi (con l'intento di uniformarne il contenuto alla direttiva Mifid II) trova, nel Provvedimento 97, il suo culmine per quanto concerne agenti e broker, dovendosi ricercare la corrispondente disciplina per banche, intermediari finanziari, etc., nella sopra menzionata Delibera Consob. Al di là della disciplina relativa agli incentivi (che, per gli agenti e i broker troverà applicazione a partire dal 31 marzo 2022), il Provvedimento 97 (e correlativamente la Delibera Consob n. 21466/2020) stabiliscono il principio della consulenza obbligatoria per i prodotti di investimento assicurativi complessi<sup>2</sup>, ribadendo il principio della non vendibilità di prodotti non adeguati alle richieste ed esigenze assicurative del cliente, salva l'ipotesi della vendita in assenza di consulenza, in regime di appropriatezza. Viene poi rafforzata l'informativa pre-contrattuale, con la rivisitazione dei modelli che devono essere forniti al contraente prima della conclusione del contratto, e la trasparenza relativa agli attivi sottostanti il prodotto, che può tuttavia essere fornita mediante il Kid e il Dip aggiuntivo lbip, qualora questi ultimi contengano tutte le informazioni richieste.

A corredo di quanto sopra, viene poi rivisitata la disciplina relativa all'estratto conto annuale (che si chiamerà *Documento unico di rendicontazione*), nel quale particolare attenzione viene riservata ai costi di distribuzione. **1**

<sup>1</sup> Sul punto si ricorda infatti che, per effetto dell'entrata in vigore del Provvedimento 97, l'articolo 58 del Regolamento Ivass n. 40/2018 verrà modificato nel senso dell'abrogazione dei commi 5 e 6 dell'articolo, che prevedevano la possibilità di procedere alla vendita anche in caso di prodotti non coerenti con le richieste e le esigenze assicurative dei contraenti e in caso di insufficienza di informazioni fornite da questi ultimi al distributore per l'apprezzamento della coerenza del prodotto alle richieste ed esigenze assicurative di questi ultimi.

<sup>2</sup> Ai sensi dell'articolo 16 del Regolamento UE n. 2017/2359, "Un prodotto di investimento assicurativo è considerato non complesso ai fini dell'articolo 30, paragrafo 3, lettera a), punto ii), della direttiva (UE) 2016/97 laddove soddisfatti tutti i criteri che seguono: a) include un valore di scadenza minimo garantito per contratto, che corrisponde almeno all'importo versato dal cliente al netto dei costi legittimi; b) non presenta una clausola, condizione o motivo scatenante che consenta all'impresa di assicurazione di alterare materialmente la natura, il rischio o il profilo di pay-out del prodotto di investimento assicurativo; c) prevede opzioni per riscattare o realizzare altrimenti il prodotto di investimento assicurativo a un valore disponibile per il cliente; d) non include alcun onere esplicito o implicito avente l'effetto che il riscatto o qualsiasi altra forma di realizzo del prodotto di investimento assicurativo, per quanto tecnicamente possibile, possa provocare uno svantaggio irragionevole al cliente, essendo gli oneri sproporzionati rispetto ai costi dell'impresa di assicurazione; e) non include in alcun altro modo una struttura che renda difficoltoso per il cliente capire il rischio assunto".