

L'IMPATTO DI IMD2 PER GLI INTERMEDIARI ITALIANI

di ANTONELLO GALDI

LA DISTINZIONE TRA CONSULENZA FINALIZZATA ALLA DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO ASSICURATIVO E QUELLA LEGATA ALLA QUALITÀ DEL SERVIZIO OFFERTO IMPLICHEREBBE, SECONDO L'ATTUALE IMPOSTAZIONE DELLA DIRETTIVA COMUNITARIA, DUE DIVERSE MODALITÀ DI REMUNERAZIONE. MA L'ANALISI DEL MERCATO NOSTRANO E DEL RELATIVO ASSETTO DISTRIBUTIVO PRESENTA, IN ATTESA DELL'EMANAZIONE DEFINITIVA, UN'IMPORTANTE CRITICITÀ DI APPLICAZIONE

Occorrerà probabilmente attendere la presidenza italiana dell'Ue (*luglio-dicembre 2014*) per avere un nuovo impulso all'emanazione della **Imd2** (la nuova direttiva sull'intermediazione assicurativa che va a modificare la precedente del 2002), visto che l'attuale presidenza lituana non ha considerato prioritario il dossier, ed è altamente improbabile che lo consideri tale la prossima presidenza a conduzione greca, considerato anche il *semestre bianco* che precederà le elezioni politiche per il nuovo Parlamento Europeo.

Tra le novità che apporterà la nuova direttiva vanno considerati i nuovi concetti di *consulenza* e di *remunerazione* la cui disciplina discenderà dalla revisione della **Mifid** che al riguardo farà da benchmark.

Secondo la proposta di revisione della Mifid, l'intermediario, quando presta il servizio di consulenza in materia di investimenti, deve specificare se essa è fornito su base indipendente.

Ne discendono due tassativi requisiti, non alternativi fra di loro, affinché un intermediario possa definirsi e, di conseguenza, operare come *consulente indipendente*:

- 1) analisi sufficientemente ampia dei prodotti disponibili sul mercato, diversificati riguardo al tipo di emittente o al produttore, e non limitati a prodotti emessi o prestati da società/imprese strettamente legate all'intermediario stesso;
- 2) remunerazione esclusiva da parte del cliente con il conseguente divieto di *inducement* (divieto di accettare o ricevere compensi, commissioni, provvigioni o altri benefici monetari pagati o prestati da un terzo, o da una persona operante per conto di un terzo rispetto alla prestazione del servizio reso dall'intermediario al cliente).



Antonello Galdi
consulente generale Anapa

DUE APPROCCI PER LA REMUNERAZIONE

Al concetto di consulenza, come sopra delineato, fa il paio quello di remunerazione.

Innanzitutto occorre distinguere tra *consulenza strumentale alla distribuzione*, la cui remunerazione sarebbe legata al prodotto, e la *consulenza finalizzata al servizio*, legata quindi alla qualità del servizio offerto e basata sulla remunerazione mediante *fee*.

In secondo luogo, è previsto l'obbligo di divulgare l'ammontare della remunerazione connessa al collocamento del prodotto.

A tal riguardo la Commissione Europea propone due approcci: *mandatory disclosure* e *on request regime*.

Il primo caso prevede che l'intermediario debba obbligatoriamente indicare al cliente la remunerazione connessa alla vendita del prodotto; il secondo caso implica per l'intermediario l'obbligo di dichiarare la sua remunerazione solo su specifica richiesta.

Al contempo l'emananda Imd2 propone un periodo di transizione di cinque anni in cui è previsto un regime immediato e stringente, *full disclosure*, per i prodotti assicurativi ramo vita e *on request* per i prodotti ramo danni.

A regime, anche la collocazione dei prodotti ramo danni sarà caratterizzata dalla piena trasparenza.

LA REALTÀ ITALIANA

Come si attaglierà il nuovo scenario disegnato dalla Imd2 alla realtà italiana anche alla luce delle nuove norme nazionali che hanno inciso sull'intermediazione assicurativa?

A prima vista il concetto di consulenza indipendente si sposa più immediatamente con l'operatività del broker, purché quest'ultimo percepisca la sua remunerazione esclusivamente dal cliente.

Quanto all'agente, anche egli, in teoria, potrebbe svolgere una consulenza indipendente nei termini sopra descritti, cioè finalizzata al servizio (non al prodotto) e remunerata esclusivamente dal cliente.

Pensiamo a un agente (proponente) che in forza della nuova norma sulle collaborazioni fra gli intermediari svolga un'analisi sufficientemente ampia del mercato per proporre poi un prodotto che verrà emesso da un altro intermediario (emittente) a cui il cliente si rivolgerà pagandogli il premio di polizza.

Mentre all'agente proponente il cliente pagherà la fee dietro presentazione della parcella per l'attività di consulenza ricevuta, con il conseguente divieto per il proponente di ricevere alcuna retrocessione di provvigione da parte dell'emittente.

Tale fattispecie, possibile in via teorica, si scontra con la realtà e la dinamica del mercato assicurativo italiano.

Prima di tutto occorre considerare la composizione media del portafoglio di un agente che è costituita per più della metà da prodotti Rc auto.

Stiamo parlando dell'unico prodotto retail del ramo danni di domanda, rispetto al quale il consumatore non solo non ha ancora quella maturità finanziaria tale da consentirgli di riconoscere e valorizzare economicamente un servizio di consulenza distinto dal valore economico del prodotto stesso, ma attribuisce spesso all'esborso per la copertura obbligatoria assicurativa il valore di un esoso balzello.

Inoltre quand'anche il consumatore fosse dotato della necessaria educazione che gli permetta di valorizzare entrambi i servizi (consulenza e distribuzione), un tale connubio, affinché possa essere competitivo sul mercato, dovrà presentarsi con un prezzo (fee + premio di polizza) inferiore alla tariffa media, pena non soltanto una quotazione che si collocherebbe fuori mercato, ma anche un esborso che andrebbe in contrasto con la ratio legis di puntare a una riduzione delle tariffe Rc auto.