

VENDITA, CONSULENZA E ADEGUAMENTO ALLE NORME

di MAURIZIO FRANCESCONI

Rafforzare la protezione degli assicurati, apportando migliorie alle pratiche di vendita dei prodotti assicurativi, è l'obiettivo principale della direttiva Imd II in discussione a livello europeo. Con molti impatti sull'assetto distributivo del nostro Paese e sulla capacità di proporre l'offerta assicurativa

Oggi tutto è rapido. Di questo vorticoso succedersi di norme non è esente neanche il comparto assicurativo, realtà che, per sua natura, è caratterizzata da processi di medio-lungo periodo. Un esempio, la **direttiva del Parlamento europeo n. 2002/92/CE** sull'intermediazione assicurativa – meglio conosciuta come **Imd** (*Insurance mediation directive*) recepita in Italia con la l. 9/2003 – adottata dal legislatore comunitario per disciplinare la vendita di prodotti assicurativi e garantire appieno i diritti dei consumatori. Sulla base di questa, in Italia, il legislatore e il regolatore hanno emanato norme e disposizioni che hanno inciso sulla distribuzione assicurativa: *Nuovo Codice delle Assicurazioni*; *legge Bersani*,

che ha imposto il divieto del monomandato per la Rc auto; *legge Bersani bis*, che ha esteso tale divieto ai rami danni; *regolamento Ivass* (ex Isvap) 5/2006, che ha disciplinato l'accesso e l'esercizio dell'attività di intermediazione; *regolamento Ivass 23/2008*, che ha posto vincoli per garantire trasparenza su premi e condizioni nei contratti Rc auto; *regolamento Ivass 35/2010*, che ha dettato regole per la pubblicità dei prodotti assicurativi; *decreto Crescita 2.0*, che ha imposto durata annuale ed escluso il tacito rinnovo per i contratti Rca (introducendo il contratto base) e ha aperto la strada alla collaborazione tra intermediari di imprese differenti, tra intermediari e broker, tra intermediari e sportelli bancari.

LE NOVITÀ RISPETTO A IMD

Parallelamente, a cinque anni dalla prima direttiva Imd, in sede di Commissione europea si è iniziato a discutere sulla necessità di introdurre nuove e più stringenti regole, per rafforzare la protezione degli assicurati apportando migliorie alle pratiche di vendita dei prodotti assicurativi. Il **3 luglio 2012** è iniziato l'iter della futura direttiva Imd II, diventata un progetto di relazione che dovrebbe andare in aula il 2 luglio 2013. Vediamo le principali novità rispetto alla Imd I.

• Estensione del campo di applicazione

Le regole introdotte con la prima direttiva dovranno valere per qualsiasi modalità di vendita dei prodotti assicurativi: intermediata

e diretta (con internet e telefono in primis), con l'unica eccezione per la vendita di polizze *small*, svolta come attività accessoria ad altra principale (agenzia viaggi, autonoleggi, società di leasing). Stesso dicasi anche per il post vendita e per l'attività collegata alla gestione e liquidazione danni, sia se svolta direttamente dall'impresa che se data in *outsourcing*.

• **Requisiti professionali e requisiti di registrazione**

Si introduce il principio dell'aggiornamento professionale, in continuo, prevedendo la costituzione di un registro unico elettronico presso l'**Eiopa** (European Insurance and occupational pension

authority), di cui bisognerà verificare la compatibilità con il nostro Rui e le sue cinque sezioni.

• **Obblighi di informazione e norme di comportamento**

Si confermano l'obbligo di informare il consumatore sull'entità dei compensi riconosciuti, da subito, nei prodotti vita e, trascorsi cinque anni, nei prodotti danni (o nell'immediatezza, solo *on demand*), evidenziando, sia la parte fissa che quella variabile; e l'obbligo per il canale diretto di comunicare l'entità dei caricamenti applicati; si introduce l'obbligo di informare, nel caso di vendita di prodotti abbinati (multirischi), che gli stessi potrebbero essere acquistati sepa-

ratamente, con evidenza di costi e oneri per ciascun componente.

• **Distribuzione, intermediazione, consulenza su base indipendente e compenso per il collocatore**

Si introduce il divieto assoluto, in ipotesi di consulenza indipendente, di ricevere compensi da un'impresa o da terzi e, in sede di Commissione, si è anche ipotizzato di estendere questo divieto all'intermediario.

• **Sanzioni**

La proposta di revisione della prima direttiva si chiude con il capitolo delle sanzioni che gli Stati membri dovranno prevedere in modo che siano effettive, proporzionate e dissuasive.

La normativa italiana ha già introdotto, per ogni omissione, consistenti penalità: nel solo mese di giugno 2012, l'Istituto di Vigilanza ha erogato sanzioni per quasi **nove milioni di euro** e di questi quasi 1,2 milioni all'indirizzo di venti intermediari. Bisogna, però, tener presente che le agenzie già soffrono di molti malanni: un mercato danni alimentato dall'Rc auto; volumi ridotti di premi; concorrenza dei canali, bancario e diretto; calo della redditività; riduzione delle provvigioni erogate dalle mandanti; crescita degli oneri amministrativi e adempimenti normativi. In una fase come questa, quindi, un eccesso di normativa potrebbe generare uno shock fatale, e forse dovremmo lavorare per incrementare la cultura assicurativa nel consumatore, così che egli possa fare scelte più consapevoli e responsabili.



**AMCA E INSURANCE REVIEW
INSIEME PER IL MARKETING ASSICURATIVO**

Amca, Associazione marketing e cultura assicurativa, ha iniziato una collaborazione con *Insurance Review* approfittando dello spazio, offerto da questa giovane e già prestigiosa rivista di settore, per avviare, con i suoi lettori, un dialogo sui temi assicurativi di maggiore attualità. Attendiamo al nostro indirizzo e-mail (assic@sss.it) sollecitazioni su argomenti meritevoli di approfondimento: pubblicheremo i contributi più interessanti o chiederemo ai soci di dare risposta ai quesiti più frequenti.

Iniziamo questo percorso con un focus sulla Imd II: una proposta di revisione della direttiva del Par-

lamento europeo - emanata nel 2002 sul tema della distribuzione assicurativa - che siamo certi avrà una significativa ricaduta nel nostro mondo.

Nel prossimo numero, daremo anticipazioni su un'interessante iniziativa dell'associazione, giunta alla terza edizione, *Amca on Tour*, un viaggio studio a casa di un importante player europeo. Dopo **Mapfre** in Spagna, nel 2009, e **Covéa** in Francia, nel 2011, il prossimo ottobre sarà la volta della Germania. Ora non anticipiamo di più, e auguriamo buona lettura.

La redazione di Amca