

I COMPARATORI, QUESTI SCONOSCIUTI

LO SPETTRO DELLA DISINTERMEDIAZIONE INCOMBE SUGLI AGENTI. COMPLICI GLI AGGREGATORI CHE, PUR AGENDO COME INTERMEDIARI, OPERANO SENZA UN QUADRO BEN DEFINITO DI REGOLE. CHI SONO, COSA FANNO E COME INTERMEDIANO: A CHIEDERSELO, INVOCANDO MAGGIORE CHIAREZZA, SONO EIOPA E IL REGOLATORE NAZIONALE

Chi intermedia deve rispettare le stesse regole. Questo il coro unanime degli intermediari che, riuniti a Roma, in occasione della nascita di AAA, **Associazione agenti Allianz**, affermano di non temere comparatori e aggregatori, pur sottolineando l'importanza di sapere chi sono, cosa fanno, come operano e con quali regole. I comparatori confrontano solo il prezzo e non il contenuto e il consumatore, abituato a cercare la tariffa più economica, si accorge solo in fase di sinistro di eventuali esclusioni di polizza. Eppure, informare il cliente è un obbligo di legge.

“La legalità non è un *optional* – afferma **Franco Barbieri**, direttore di Attualità **Uea** – e anche gli attori della disintermediazione sono soggetti alla legge. Il ruolo dell'intermediario deve restare saldo nonostante le difficoltà e il rispetto dei comportamenti, di cui parla la normativa, vale per tutti. Inoltre, se il legislatore ha utilizzato come legge di recepimento della direttiva sulla regolamentazione della distribuzione del servizio assicurativo il *Codice della assicurazioni private*, vuol dire che c'è necessità di una legislazione nazionale, che regoli la distribuzione di un servizio, la cui valenza sociale è straordinaria e che non può essere delegata alla funzione di vendita”.

Sui comparatori, Uea ha effettuato un'analisi – anche per capire quanto sia approfondita l'indagine **Ivass** – individuando cinque aree critiche. “Tra queste, i locali dove si svolge la vendita tramite internet, che sono fuori legge e la *compliance*, tema sul quale è in uscita il primo report sui comparatori”.



CHI INTERMEDIA, RISPETTI LE REGOLE

Infine, né la direttiva europea, né il Codice delle assicurazioni, né i Regolamenti Ivass, evidenzia Barbieri, contengono la parola *comparatori*. “È una figura che non esiste, il che presuppone un problema: chi rilascia polizze o reindirizza ad altro soggetto (broker iscritto al *Rui*) per il rilascio del prodotto deve soggiacere al dettato del regolatore”.

Nonostante le difficoltà, compagnia e agenti non temono la concorrenza. “Non abbiamo paura della concorrenza – conferma **Anthony Bradshaw**, direttore generale di **Allianz** – perchè rende il sistema efficiente e dà spazio a chi sa operare bene; i comparatori, però,



Anthony Bradshaw,
direttore generale di Allianz

svolgono una vera e propria attività di intermediazione e, come tali, devono essere regolati”.

Stesso dicasi per la trasparenza. “Anche questa fa bene al mercato, ma attenzione alle posizioni di predominio e alla scarsa chiarezza sui meccanismi provvigionali, che mal si coniugano con la tutela degli interessi del cliente: è difficile capire se il primo nome che compare sul sito è quello che offre la tariffa più conveniente per il cliente o la provvigione più alta per il comparatore”.

IL MOMENTO DELLA VERITÀ

Il momento della verità è il sinistro: “nessuno si ricorda di quello che ha comprato, spinto dalla ricerca del prezzo più basso; bisogna insistere, invece, sull'importanza di allineare il prezzo al livello di prestazione. Senza dire – sottolinea Bradshaw – che i comparatori sono entrati anche nella catena dei sinistri creando un'inflazione dei costi ed è davvero curioso che, chi dice di abbassare i prezzi, finisca per incrementarli.

Per fortuna – conclude – in Italia, ci sono offerte che mal si prestano alle logiche dei comparatori: parliamo di modi di relazionarsi con il cliente, che sono impossibili da replicare su un comparatore”.

DALL'EUROPA, LE INDICAZIONI PER CHI COMPARA

Un fenomeno che non rappresenta una peculiarità solo italiana, tanto da spingere **Eiopa** a rivolgere alle Autorità di vigilanza dei diversi Paesi le buone pratiche da seguire per instaurare un rapporto di fiducia con il cliente. “Oggi – afferma **Pierpaolo Marano**, docente di diritto delle assicurazioni dell'Università Cattolica di Milano e consigliere Eiopa – vi è una grande distanza tra ciò che si pratica e ciò che bisognerebbe praticare. In particolare, tra le indicazioni che arrivano dall'Europa, il comparatore dovrebbe dichiarare perché svolge l'attività di comparazione (per lucro, per conto di un'associazione dei consumatori o per fare informazione) e, in caso di lucro, da dove arriva il guadagno (pubblicità o provvigioni e chi le corrisponde e, se la provvigione viene chiesta al cliente, qual è il prezzo reale da pagare); massima trasparenza anche sulla proprietà del sito, per individuare eventuali conflitti di interesse (se il comparatore è riconducibile a un'impresa di assicurazione o a un soggetto intermediario). È fondamentale anche dichiarare se il sito è soggetto a vigilanza e a chi rivolgersi (in base a quale normativa), in caso di controversia; specificare le tutele in tema di privacy e di uso dei dati personali; stabilire quali criteri sono utilizzati per fare la comparazione (quanti prodotti sono comparati, quali imprese sono comparate, se esistono vincoli tra queste imprese e i comparatori e, se l'utente sceglie la massima copertura, garantirgli le informazioni di cui ha bisogno. Se il

prodotto è complesso, il comparatore deve modellare il prodotto in base al prezzo. Infine, vanno dichiarate, in modo semplice e chiaro, quali clausole sono comprese e quali escluse e a che data sono aggiornati i premi". Altra questione importante: le imprese. "I comparatori sono stati visti nella prospettiva del consumatore e dell'intermediario, ma nessuno ha sottolineato l'impatto sulle imprese, nonostante sia su queste che si svolge l'attività di comparazione. E allora, se un'impresa è sempre soccombente rispetto ad altre, c'è da chiedersi se gli altri non stiano facendo concorrenza sleale, mettendo l'impresa in cattiva luce nei confronti dei consumatori e arrecandole un danno di reputazione".

"Non dobbiamo avere paura dell'intervento di un nuovo intermediario – avverte **Paola Pietrafesa**, vice direttore generale compliance e antiriciclaggio di Allianz – se, a questo, sono applicate le stesse regole che valgono per gli intermediari. Il comparatore è un soggetto di incerta definizione giuridica: pur iscritto alla categoria dei broker, broker non è, in quanto non riceve mandato dal cliente e non ha tutte le caratteristiche dell'intermediario. Appare strano che il regolatore si interroghi, solo oggi, su alcuni meccanismi: ad esempio, se il preventivo offerto dal comparatore al cliente finale è vincolante; se la comparabilità dei prezzi deriva da una comparabilità delle prestazioni offerte; se la remunerazione si riferisce solo ai pezzi che il comparatore colloca o anche ai volumi; se la modalità di pagamento (fattore che influenza fortemente l'indipendenza), è data con trasparenza; se la privacy è tutelata e rispettata e se esistono garanzie contro la concorrenza sleale".



Fabrizio Premuti,
presidente Konsumer Italia

IL PROBLEMA È L'INFORMAZIONE

Infine, la parola ai consumatori. "In Italia – conclude **Fabrizio Premuti**, presidente di **Konsumer Italia** – vi è una carenza di cultura assicurativa, laddove il problema vero è l'informazione. I comparatori danno indicazioni fuorvianti: ad esempio, in homepage, si trova spesso il link del preventivatore Ivass, fingendo un richiamo istituzionale fuorviante per il cliente. Vi è un'assoluta mancanza di chiarezza: non si capisce in che modo siano lavorati i dati che il cliente inserisce e a cosa si riferisce il prezzo offerto. Si tratta, quindi, di uno strumento assolutamente inefficiente e carente di trasparenza, che non consente al consumatore di capire cosa ha comprato. Gli intermediari, in questo hanno una grande opportunità: essere formatori del consumatore".

L.S. 