

# POLIZZE *a* CONTENUTO FINANZIARIO *e* CONFLITTO di INTERESSI

*In pubblica consultazione le raccomandazioni dell'EIOPA alla Commissione Europea per definire le procedure cui compagnie e intermediari dovranno attenersi. L'obiettivo è prevenire, identificare e rendere noti i rischi che potrebbero danneggiare i contraenti*

di **SILVIA COLOMBO**,  
studio legale Zitiello e associati

**Il primo ottobre scorso EIOPA ha pubblicato un documento di consultazione, avente a oggetto le raccomandazioni che intende formulare alla Commissione Europea sul tema del conflitto di interesse nella vendita diretta e tramite intermediari di prodotti assicurativi che presentano un rischio di investimento (insurance-based investment product, cioè i contratti che hanno "a maturity or surrender value [that] is wholly or partially exposed, directly or indirectly, to market fluctuations").**

La premessa è data dalla direttiva 2014/65/UE (*Mifid II*), che all'articolo 91 ha modificato la direttiva sull'intermediazione (2002/92/CE), introducendo i nuovi articoli 13 *a* e 13 *e*. Nel dettare le nuove disposizioni in tema di prevenzione e gestione dei conflitti di interesse nella distribuzione dei prodotti di cui sopra, l'art. 13 *c*, comma 3, lett. *a*) e *b*), attribuisce alla Commissione il potere di adottare atti delegati, per individuare i conflitti di interesse che potrebbero danneggiare i con-





traenti e definire le procedure che compagnie e intermediari dovranno seguire per tracciare, prevenire, gestire e rendere noti tali conflitti.

La Commissione si è quindi rivolta all'Eiopa, richiedendo in data 19 maggio 2014 un supporto tecnico nella scrittura di tali atti delegati.

Il documento di consultazione fa seguito ad un *Discussion paper* già pubblicato da Eiopa il 21 maggio 2014.

### I temi in discussione

I principali temi che emergono dal documento di consultazione possono essere così sintetizzati:

- **Identificazione dei conflitti:** Eiopa riprende il catalogo di cui all'art. 21 della direttiva 2006/73/Ce (*Mifid Implementing Directive*) suggerendo di integrarlo per tener conto che un conflitto di interessi si può determinare nella fase di *assemblaggio* e *gestione* del prodotto (ad esempio un *asset manager* corrisponde una *fee* a una compagnia perché un proprio prodotto di investimento sia incluso nel paniere di una *unit*); oppure quando un intermediario percepisce una commissione o un incentivo da un terzo soggetto; e che esso può presentarsi non solo al momento

della vendita, ma successivamente in ogni momento della durata del contratto (laddove l'intermediario o la compagnia suggerisca di riscattare una polizza e reinvestire in un'altra, senza effettivo sostanziale vantaggio per il contraente o esponendolo a indebiti rischi per un maggior profitto della compagnia o dell'intermediario).

- **Redazione di una policy sui conflitti di interesse:** Eiopa ritiene che compagnie e intermediari dovrebbero avere una propria policy sui conflitti di interesse che dovrebbe conformarsi ai principi fissati nell'art. 22 della direttiva 2006/73/Ce. Pur riservandosi l'emanazione di proprie linee guida, Eiopa detta alcuni principi per la redazione delle procedure di gestione dei conflitti, che dovrebbero essere oggetto di revisione almeno annuale. La *disclosure* dovrebbe essere *l'ultima spaggia* rispetto alla prevenzione o sterilizzazione del conflitto;

- **Proporzionalità:** inutile declinare nello specifico il principio di proporzionalità, come chiesto da alcuni operatori nel contribute al Discussion paper. È già enunciato nel *Trattato* e nella *Imd* e non darebbe valore aggiunto.

- **Inducements:** anche per gli incentivi alla rete è utile partire dai principi della Mifid I e della Mifid Implementing Directive. Da un lato questi dovranno essere resi noti ai contraenti, dall'altro dovranno essere finalizzati a migliorare la qualità del servizio e non fraporsi al pieno assolvimento dell'obbligo di agire nell'interesse del cliente. Quand'è che gli inducements giovano alla qualità del servizio? Eiopa fa tre esempi (non esaustivi) di reimpiego degli stessi incentivi nell'interesse del cliente: per migliorare/ampliare l'offerta di servizi; per migliorare/ampliare l'offerta di prodotti; per la formazione interna. La valutazione va comunque fatta in concreto. ❶