

L'ASSICURAZIONE IN CHIARO

La **DISTRIBUZIONE** assicurativa





Responsabile del progetto
Giacomo Carbonari

Redazione testi ed editing
Stefano Montanari
Enrico Gili
Matteo Avico

Grafica e illustrazioni
Donatella Novelli

Contenuti aggiornati a novembre 2020
Anno di pubblicazione 2020

Copyright Forum ANIA - Consumatori
La riproduzione anche parziale di testi e disegni della presente pubblicazione è consentita solo citando la fonte.

INTRODUZIONE

La progressiva diffusione dell'assicurazione presso le famiglie italiane si accompagna a una parallela diversificazione delle figure professionali e dei canali distributivi attraverso cui è possibile ricevere informazioni e consigli, per acquistare una copertura assicurativa: tale fenomeno prende il nome di "multicanalità".

Agli intermediari "storici" - agenti e broker - si affiancano oggi numerosi altri canali distributivi, quali gli sportelli bancari e postali, i consulenti finanziari, la vendita a distanza attraverso telefono o internet, i siti comparatori e gli intermediari cosiddetti "accessori", che distribuiscono prodotti assicurativi complementari rispetto a un bene o un servizio offerto nell'ambito dello svolgimento dell'attività professionale principale.

Questa varietà di operatori può tradursi in un beneficio per i cittadini, che hanno l'opportunità di scegliere il canale preferito e soprattutto orientarsi verso quelle offerte che meglio rispondono alle proprie esigenze assicurative.

Sulla base di questi presupposti, il volume si prefigge di spiegare al consumatore chi può distribuire polizze assicurative e attraverso quali regole, fornendo informazioni utili per affrontare con maggiore consapevolezza il processo di acquisto di una polizza assicurativa.



Il Forum ANIA - Consumatori è una fondazione costituita da ANIA che ha l'obiettivo di facilitare e rendere ancor più costruttivo e sistematico il dialogo tra le imprese di assicurazione e i consumatori. Si avvale della partecipazione di rappresentanti delle imprese e delle associazioni dei consumatori, nonché di autorevoli personalità indipendenti dal settore assicurativo.

Fanno parte della fondazione e siedono nel suo organo direttivo nove associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale: Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva, Codacons, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori.

Il Forum ha finora focalizzato la sua attività su due principali aree di interesse: la promozione e la diffusione della cultura assicurativa, l'approfondimento delle criticità e prospettive future del welfare italiano.

Cultura assicurativa

Uno degli scopi statutari del Forum è sviluppare iniziative di informazione ed educazione sui temi assicurativi per consentire scelte consapevoli da parte dei consumatori. Con tale finalità viene realizzata questa collana di guide assicurative, che vuole illustrare con un linguaggio semplice e concreto i temi assicurativi di maggiore interesse per i cittadini. Il Forum, inoltre, sviluppa il



programma educativo "Io & i rischi", incentrato su rischio, prevenzione e mutualità con l'ambizioso obiettivo di diffondere la cultura assicurativa nelle scuole e nelle famiglie italiane (www.ioeirischi.it).

Welfare

Assicuratori e consumatori conducono all'interno del Forum un confronto sull'attuale modello di welfare, sui nuovi assetti che si vanno delineando e sul ruolo sociale dell'assicurazione. Perseguendo questo scopo, il Forum realizza indagini sugli scenari del welfare e le sue prospettive e approfondisce i fattori che causano la vulnerabilità economica delle famiglie italiane, in partnership con i maggiori centri di ricerca sociale e con le più prestigiose università nazionali.

Il Forum ANIA - Consumatori, inoltre, sviluppa numerose iniziative in attuazione di accordi tra ANIA e associazioni dei consumatori, finalizzate al miglioramento del servizio assicurativo. Tra queste la procedura di conciliazione per le controversie r.c. auto e le proposte volte al miglioramento della trasparenza nei contratti assicurativi. La sistematicità del confronto tra le parti all'interno del Forum consente infine di affrontare temi rilevanti e attuali per imprese e consumatori, come, ad esempio, il tema delle catastrofi naturali e delle eventuali soluzioni assicurative finalizzate a gestirne i costi.

www.forumaniaconsumatori.it



INDICE



1 Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo. pag. 6

- Che cosa si intende per distribuzione assicurativa
- Il Registro Unico degli intermediari Assicurativi e Riassicurativi (RUI)
- Chi sono gli intermediari assicurativi
- Agenti e Broker
- Altri intermediari assicurativi
- Addetti alla vendita di prodotti assicurativi



2 Regole per la distribuzione di prodotti danni e vita non d'investimento. pag. 12

- Valutazione delle richieste e delle esigenze della clientela
- Conflitti di interesse
- Informativa sulla retribuzione
- Informativa precontrattuale



3 Regole per la distribuzione di prodotti d'investimento assicurativi. pag. 18

- Nuove regole per la distribuzione dei prodotti
- Valutazione di adeguatezza e appropriatezza



4 La trasparenza dei prodotti assicurativi. pag. 22

- Obblighi informativi
- Il Documento Informativo Precontrattuale (DIP/KID)
- Il "set informativo" dei prodotti assicurativi danni
- Specificità informative per i prodotti r.c. auto
- Il "set informativo" dei prodotti assicurativi vita diversi dai prodotti assicurativi d'investimento
- Il "set informativo" dei prodotti assicurativi d'investimento
- Pubblicazione dei "set informativi" sul sito internet aziendale
- Comunicazione del "set informativo" ai clienti
- Aggiornamento del "set informativo"
- L'informativa per le polizze collettive
- Regole generali per la pubblicità sui prodotti assicurativi



5 I contratti assicurativi a distanza.

pag. 36

- Riferimenti normativi e regolamentari
- Regolamento IVASS n. 40/2018 sulla distribuzione
- Informativa precontrattuale
- Trasmissione della documentazione
- Regole di comportamento, valutazione delle richieste ed esigenze del cliente
- Consulenza
- Call center
- Sito internet e social network
- Siti di comparazione
- Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza
- Registrazioni delle conversazioni e comunicazioni telefoniche



6 Le aree riservate "Home insurance".

pag. 50

- Sito internet dell'impresa assicuratrice
- Aree riservate
- Accesso alle aree riservate



7 Domande e risposte.

pag. 56

Link utili.

pag. 66

Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo.



La vendita di prodotti assicurativi rientra nell'ambito dell'attività di distribuzione assicurativa, che può essere svolta a determinate condizioni.

► Che cosa si intende per distribuzione assicurativa

La distribuzione assicurativa è quell'insieme di attività consistenti nel: fornire consulenza in materia di contratti di assicurazione, proporre contratti di assicurazione o compiere altri atti preparatori relativi alla loro conclusione, concludere tali contratti ovvero collaborare, segnatamente in caso di sinistri, alla loro gestione ed esecuzione, inclusa la fornitura di informazioni relativamente a uno o più contratti di assicurazione sulla base di criteri scelti dal cliente tramite un sito internet o altri mezzi e la predisposizione di una classifica di prodotti assicurativi, compreso il confronto tra prezzi e tra prodotti o lo sconto sul premio di un contratto di assicurazione, se il cliente è in grado di stipulare direttamente o indirettamente un contratto di assicurazione tramite un sito internet o altri mezzi.

Rispetto alla normativa previgente, la maggiore novità introdotta dalle recenti regole europee, recepite all'interno dell'ordinamento assicurativo nazionale, riguarda l'ampliamento del novero dei soggetti legittimati a svolgere l'attività distributiva. In particolare, si segnalano:



- i **servizi di comparazione** realizzati da intermediari tramite siti internet che confrontano contratti assicurativi sulla base di specifici parametri (premi, scontistica e clausole contrattuali) permettendo al cliente di concludere direttamente il contratto o indirettamente, rinviandolo al link dell'impresa emittente quel prodotto;
- l'**attività distributiva a titolo accessorio** svolta onerosamente da persone fisiche o società nel rispetto delle seguenti condizioni: a) l'attività professionale principale è diversa dalla distribuzione assicurativa; b) la distribuzione riguarda determinati prodotti assicurativi, complementari rispetto a un bene o servizio; c) i prodotti assicurativi non coprono il ramo vita o la responsabilità civile, sempreché la copertura in oggetto non integri il bene o il servizio fornito nell'ambito dell'attività professionale principale;
- le **imprese di assicurazione** che operano in qualità di distributori, quando svolgono direttamente l'attività di distribuzione assicurativa per il tramite dei propri dipendenti e/o attraverso l'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza.

In termini generali, non rientrano nel campo applicativo della distribuzione assicurativa le seguenti attività: fornitura a



un cliente di informazioni a titolo accessorio nel contesto di un'altra attività professionale, a condizione che non si assumano ulteriori iniziative di assistenza nella conclusione o nell'esecuzione di un contratto di assicurazione; gestione di sinistri da parte di un'impresa di assicurazione su base professionale o le attività di liquidazione sinistri e di consulenza in materia di sinistri; fornitura di dati e informazioni su potenziali assicurati a intermediari o a imprese di assicurazione, a condizione che non si assumano ulteriori iniziative di assistenza nella conclusione o nell'esecuzione di un contratto di assicurazione; fornitura a potenziali assicurati di informazioni su prodotti assicurativi, su un intermediario assicurativo, su un'impresa di assicurazione, a condizione che non si assumano ulteriori iniziative di assistenza nella conclusione del contratto.

► Il Registro Unico degli intermediari Assicurativi e Riassicurativi (RUI)

Il **Registro Unico degli Intermediari assicurativi, anche a titolo accessorio (RUI)**, istituito dal Codice delle Assicurazioni, in attuazione della Direttiva 2002/92/CE sull'intermediazione assicurativa, contiene i dati dei soggetti che svolgono l'attività di distribuzione assicurativa sul territorio italiano, residenti o con sede legale in Italia. Inoltre, è presente anche un Elenco annesso al registro nel quale vengono riportati tutti gli operatori comunitari autorizzati a svolgere l'attività di distribuzione assicurativa sul territorio italiano in regime di libertà di stabilimento (LS) o libera prestazione di servizi (LPS).

L'IVASS cura direttamente la tenuta del RUI, che è liberamente consultabile da chiunque sul sito **www.ivass.it**.



IVASS vigila sull'operato di tutti i distributori, verificando la conformità dei loro comportamenti alla normativa di settore, con particolare riguardo al rispetto degli obblighi di separazione patrimoniale, d'informativa, di correttezza comportamentale e di trasparenza nelle relazioni con il cliente.

► Chi sono gli intermediari assicurativi

Gli intermediari assicurativi iscritti al RUI sono suddivisi in sei sezioni:

- **sezione A:** gli agenti;
- **sezione B:** i broker;
- **sezione C:** i produttori diretti;
- **sezione D:** le banche, gli intermediari finanziari, gli istituti di pagamento, le Sim e Poste Italiane spa - Divisione servizi di bancoposta;
- **sezione E:** gli addetti all'attività di distribuzione al di fuori dei locali dell'intermediario, iscritto nella sezione A, B, D o F, per il quale operano, gli intermediari assicurativi a titolo accessorio che operano su incarico di altro intermediario, nonché gli addetti degli intermediari iscritti nella sezione E che operano al di fuori dei locali di questi ultimi. Non è richiesta l'iscrizione nella sezione E dei dipendenti e/o collaboratori che operano esclusivamente all'interno dei locali degli intermediari iscritti nella sezione E;
- **sezione F:** gli intermediari assicurativi a titolo accessorio che operano su incarico di una o più imprese di assicurazione.

► Agenti e Broker

Gli **Agenti** agiscono in nome e per conto di una o più imprese di assicurazione, da cui ricevono un incarico agenziale. L'agente può essere monomandatario quando riceve il mandato da una sola impresa di assicurazione, oppure pluriman-



datario, nel caso in cui operi contemporaneamente per più imprese.

I **Broker** (o Mediatori) agiscono invece su incarico del cliente e non hanno poteri di rappresentanza delle imprese di assicurazione.

➤ Altri intermediari assicurativi

Accanto ad agenti e broker, l'attività di distribuzione assicurativa può essere svolta da:

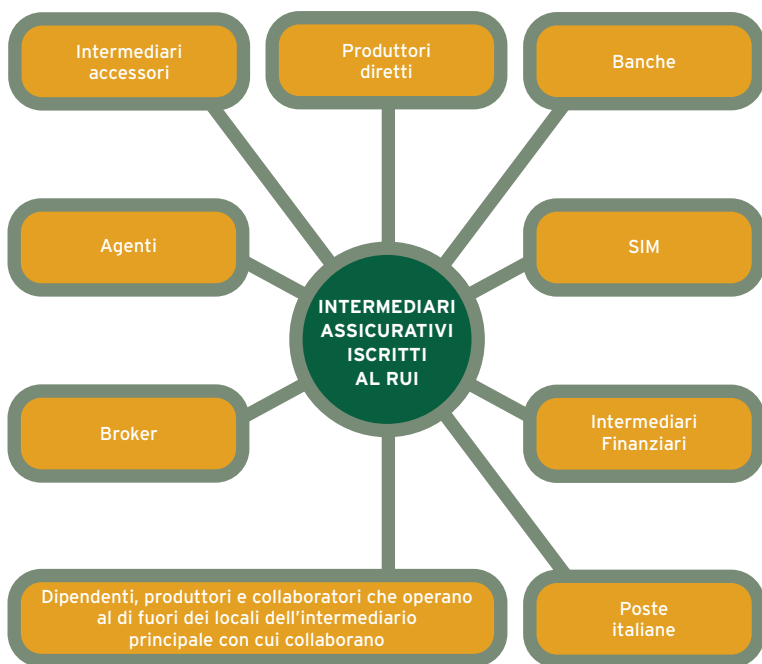
- **Produttori diretti** che, anche in via sussidiaria rispetto all'attività svolta a titolo principale, esercitano l'intermediazione assicurativa nei rami vita, infortuni e malattia per conto e sotto la piena responsabilità di un'impresa di assicurazione, senza obblighi di orario o di risultato esclusivamente per l'impresa medesima;
- **Banche, Società d'intermediazione mobiliare (SIM), Intermediari finanziari, Istituti di pagamento e Poste italiane**, che distribuiscono prodotti assicurativi standardizzati, le cui clausole non sono quindi modificabili dal soggetto incaricato della distribuzione in base a un accordo sottoscritto direttamente con una o più imprese assicuratrici;
- **i soggetti addetti all'intermediazione**, quali dipendenti, collaboratori, produttori e altri incaricati degli intermediari (agenti, broker, banche e intermediari finanziari) per l'attività di intermediazione svolta al di fuori dei locali dell'intermediario principale con il quale collaborano;
- **gli intermediari assicurativi a titolo accessorio.**



L'iscrizione al RUI è soggetta al possesso permanente di una serie di requisiti, fra i quali l'onorabilità e la professionalità, conseguita tramite una prova di idoneità (agenti/broker) e un'adeguata formazione per tutti gli altri intermediari.

➤ Addetti alla vendita di prodotti assicurativi

Nei confronti degli addetti allo svolgimento dell'attività di distribuzione, operanti all'interno dei locali, la normativa non ne richiede l'iscrizione al RUI, ma il possesso dei requisiti di onorabilità e di cognizioni e capacità professionali adeguati all'attività distributiva da svolgere.



Regole per la distribuzione di prodotti danni e vita non d'investimento.



I distributori assicurativi devono osservare una serie di regole di comportamento nell'espletamento dell'attività distributiva, finalizzate a facilitare una scelta consapevole da parte dei consumatori.

► Valutazione delle richieste e delle esigenze della clientela

I distributori sono obbligati a valutare le richieste e le esigenze assicurative del cliente, come condizione per la vendita. Sono direttamente responsabili in caso di errata valutazione.

Inoltre, devono agire in modo onesto, corretto e professionale, per servire al meglio gli interessi dei clienti. Ciò rappresenta un principio cardine che dovrebbe improntare la condotta di tutti i distributori nell'offerta di contratti assicurativi.

In concreto essi devono:

- acquisire sempre preventivamente dal potenziale assicurato tutte le informazioni utili e pertinenti, per valutarne le esigenze e le richieste assicurative (test di **demand and needs**);
- effettuare eventualmente una valutazione di adeguatezza, consistente nell'offerta dei contratti più indicati a soddisfare le richieste ed esigenze assicurative del cliente (fornitura di una raccomandazione personalizzata);
- dare all'interessato informazioni oggettive sul prodotto assicurativo offerto in forma comprensibile, affinché egli sia



messo in condizione di assumere una decisione informata;

- gestire i conflitti di interesse e fornire un'informativa sulla remunerazione percepita.

Con particolare riguardo al test di *demand and needs*, i distributori chiedono al cliente notizie in merito alle sue caratteristiche personali e alle esigenze assicurative/previdenziali, che includono, ove pertinenti:

- età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione finanziaria e assicurativa;
- aspettative in termini di copertura e durata del contratto, anche tenendo conto di eventuali coperture già in essere;
- tipo di rischio, caratteristiche e complessità del contratto offerto.

Sulla base delle informazioni raccolte, i distributori, tenuto conto della tipologia del potenziale contraente e della natura e complessità del prodotto offerto, forniscono in forma chiara e comprensibile informazioni oggettive sul prodotto, illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti della copertura e ogni altro elemento utile a consentire alla persona interessata di prendere una decisione informata.



Con le nuove disposizioni emanate da IVASS ad agosto 2020, è stato introdotto l'obbligo di consegna di un'apposita dichiarazione in cui il distributore attesta che il prodotto assicurativo risponde alle esigenze e alle richieste del potenziale contraente. La semplificazione di tale dichiarazione, priva di sottoscrizioni e dell'indicazione dei motivi specifici, non fa comunque venire meno la riconducibilità della stessa nella sfera di responsabilità del distributore che la rilascia.

E' stata conseguentemente eliminata la possibilità di distribuire il prodotto assicurativo anche nel caso di non corrispondenza dello stesso alle richieste ed esigenze del cliente.

Le nuove disposizioni entreranno in vigore a partire dal 31 marzo 2021.

Nel caso in cui venga fornito al cliente un **servizio di consulenza**, prima della conclusione di un contratto, il distributore fornisce al potenziale contraente una raccomandazione personalizzata contenente i motivi per cui il contratto offerto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste ed esigenze del contraente medesimo. La documentazione dalla quale risulti la raccomandazione personalizzata verrà conservata dal distributore per tutta la durata del rapporto assicurativo e in ogni caso per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto.

➤ **Conflitti di interesse**

Nel rispetto del *best interest* del cliente, i distributori:

- non adottano policy di remunerazione tali da incentivare l'offerta di prodotti contrari all'interesse del cliente;
- mantengono e applicano presidi organizzativi efficaci per evitare che i conflitti di interesse pregiudichino gli interessi dei potenziali assicurati;

- identificano i conflitti tra distributore e cliente o tra clienti;
- qualora i presidi adottati non fossero sufficienti a scongiurare il rischio di nuocere agli interessi del cliente, lo informano della natura o fonte del conflitto prima della conclusione del contratto;
- osservano il divieto di assunzione della contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di distributore del relativo contratto.

► Informativa sulla retribuzione

Con riferimento all'informativa sulla retribuzione, il distributore non deve utilizzare prassi remunerative che inducano il distributore stesso e/o i suoi dipendenti/collaboratori a raccomandare al cliente un prodotto assicurativo anziché un altro. E' inoltre preclusa al distributore la possibilità di percepire compensi che possono indurlo a violare l'obbligo di agire secondo correttezza.

A tale riguardo, sono stati introdotti i seguenti obblighi minimi di trasparenza informativa nei confronti della clientela:

- natura della provvigione percepita (es. commissione, percentuale sul valore del premio, provvigione variabile sulla base del fatturato complessivo);
- importo della provvigione nel caso di compenso pagato direttamente dal cliente (es. nel caso di distribuzione realizzata attraverso i broker);
- importo delle commissioni pagate dall'impresa per il collocamento delle polizze r.c. auto e delle polizze abbinate ai finanziamenti (polizze PPI - Payment Protection Insurance).

► Informativa precontrattuale

Il nuovo assetto regolamentare tiene conto delle esigenze di semplificazione e razionalizzazione delle informazioni pre-



contrattuali da realizzarsi attraverso una rimodulazione della connessa modulistica. Sono stati pertanto rivisti gli Allegati concernenti l'**Informativa sul distributore**" e le **Informazioni sul prodotto assicurativo non-IBIP**" e introdotti i nuovi set informativi relativi alle **Informazioni sul prodotto d'investimento assicurativo** e l'**Elenco delle regole di comportamento del distributore**.

L'Informativa sul distributore contiene al suo interno le informazioni generali relative all'intermediario che entra in contatto con il potenziale contraente, l'attività svolta dall'intermediario, le potenziali situazioni di conflitto di interessi e il riepilogo degli strumenti a tutela del contraente.

I distributori consegnano o trasmettono al potenziale contraente prima della sottoscrizione di una proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto di assicurazione, le informazioni sopra riportate. In occasione di rinnovo o stipula di un nuovo contratto, l'informativa sul distributore è consegnata o trasmessa solo in caso di successive modifiche di rilievo.

Le medesime informazioni, unitamente all'elenco delle imprese con le quali l'intermediario ha rapporti d'affari o lettere di incarico, sono resi disponibili al pubblico all'interno dei locali, anche avvalendosi di apparecchiature tecnologiche, oppure pubblicate su un sito internet ove utilizzato, per la promozione e collocamento di prodotti assicurativi. Le informazioni sono aggiornate periodicamente e comunque almeno trimestralmente.

LA FASE PRE-CONTRATTUALE



Regole per la distribuzione di prodotti d'investimento assicurativi.



Con il recente intervento regolamentare, IVASS ha completato la disciplina in materia di distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi (IBIP) per i distributori sottoposti alla sua vigilanza: agenti, broker, produttori diretti e imprese di assicurazione che vendono direttamente.

► Nuove regole per la distribuzione dei prodotti

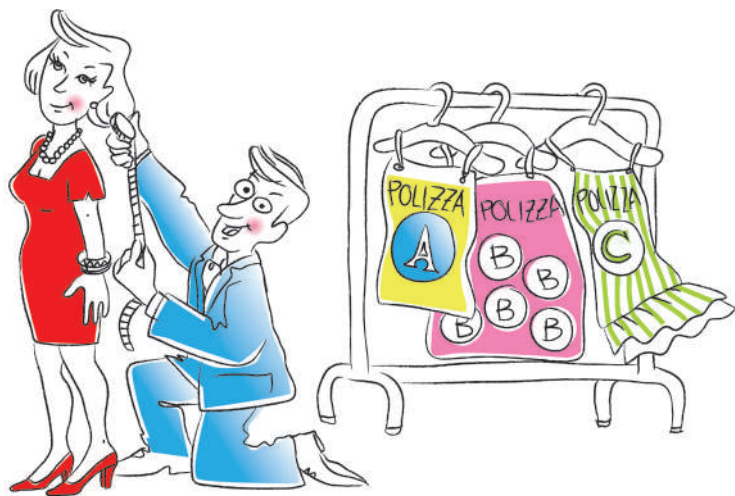
In particolare, viene introdotto l'obbligo di consegnare ai potenziali contraenti dei prodotti IBIPs l'apposito documento, recante le seguenti informazioni sulla distribuzione del prodotto di investimento assicurativo:

- il modello distributivo utilizzato dal distributore;
- l'attività di distribuzione e la tipologia di consulenza prestata;
- le remunerazioni e gli incentivi;
- le modalità di pagamento dei premi.

Con particolare riguardo agli incentivi, è consentito ai distributori percepirli alle seguenti condizioni:

- nel caso in cui accrescano la qualità dell'attività di distribuzione assicurativa;
- non pregiudichino l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del cliente.

Con riferimento agli incentivi, i distributori dovranno attenersi a tale disposizione entro il 31 marzo 2022.



► Valutazione di adeguatezza e appropriatezza

Fermo restando l'obbligo di valutare le richieste ed esigenze assicurative del cliente, proprio di tutti i prodotti assicurativi, la distribuzione di un prodotto IBIPs può realizzarsi con o senza consulenza. In particolare, è prevista la vendita in regime di consulenza obbligatoria per i prodotti IBIPs diversi da quelli non complessi, mentre è facoltativa per i prodotti vita tradizionali.

Le imprese comunicano agli intermediari l'elenco dei prodotti rispetto ai quali sussiste l'obbligo di effettuare la consulenza.

In caso di vendita con consulenza, il distributore dovrà valutare se il prodotto sia coerente con le richieste e le esigenze assicurative del potenziale contraente e se sia adeguato.

Per realizzare ciò, occorre che il distributore ottenga dal potenziale contraente le informazioni in merito a: età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione assicurativa e aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.



Inoltre, è necessario che il distributore ottenga dal potenziale contraente anche le informazioni in merito a: conoscenze ed esperienze necessarie nell'ambito di investimento rilevante per il tipo specifico di prodotto raccomandato; situazione finanziaria, inclusa la capacità di sostenere perdite; obiettivi di investimento del contraente, inclusa la tolleranza di rischio.

L'esito della valutazione è riprodotto nella dichiarazione di rispondenza alle richieste ed esigenze del cliente e di adeguatezza.

Viceversa, per le vendite senza consulenza, il distributore accerta che il prodotto d'investimento assicurativo proposto o richiesto sia coerente con le richieste e le esigenze assicurative del potenziale contraente. A tal fine, riceverà dal contraente le seguenti informazioni: età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione assicurativa e aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.

Inoltre, è necessario che il distributore ottenga dal potenziale contraente anche le informazioni in merito alle conoscenze ed esperienze necessarie nell'ambito di investimento rilevante per il tipo specifico di prodotto raccomandato, al fine di determinare se il prodotto in questione è appropriato per il potenziale contraente.

In questo caso, fermo restando l'obbligo di rilascio della dichiarazione di rispondenza alle richieste ed esigenze del cliente, è prevista la possibilità di vendere un prodotto rite-

nuto non appropriato o in relazione al quale non sono state fornite informazioni sufficienti per valutarne l'appropriatezza, rilasciando apposita dichiarazione in tal senso.

La trasparenza dei prodotti assicurativi.



La trasparenza nell'offerta dei prodotti assicurativi riguarda l'obbligo di fornire una corretta e chiara informazione ai potenziali clienti, sia nei documenti precontrattuali sia nella pubblicità.

► Obblighi informativi

Le regole che disciplinano questa materia, si trovano nel **Codice delle assicurazioni private** e nel **regolamento attuativo IVASS n. 41/2018**, oltre che nella stessa direttiva e nei relativi regolamenti comunitari attuativi. La normativa specifica gli obblighi informativi a carico delle imprese assicuratrici e le caratteristiche delle comunicazioni pubblicitarie. L'obiettivo di queste regole è rafforzare la trasparenza e la chiarezza nell'offerta dei prodotti assicurativi, in particolare a favore dei consumatori.

► Il Documento Informativo Precontrattuale (DIP/KID)

Il Codice delle assicurazioni private prevede che le imprese di assicurazione predispongano i seguenti **Documenti Informativi Precontrattuali (DIP/KID)**:

- **DIP danni** per i prodotti assicurativi danni;
- **DIP vita** per i prodotti assicurativi vita diversi da quelli d'investimento;



- **KID** documento con le informazioni chiave per i prodotti assicurativi d'investimento.

I DIP/KID hanno le seguenti caratteristiche: sono documenti sintetici e autonomi; sono strutturati in modo tale da contenere informazioni accurate, corrette, chiare, non fuorvianti e coerenti con il prodotto assicurativo a cui si riferiscono; sono redatti in lingua italiana o in altra lingua concordata dalle parti.

Le imprese di assicurazione devono predisporre anche il **Documento Informativo Precontrattuale aggiuntivo (DIP aggiuntivo)**, che contiene le informazioni, diverse da quelle pubblicitarie o promozionali, integrative e complementari rispetto a quelle fornite nei DIP. Tali informazioni, tenendo conto della complessità e delle caratteristiche del prodotto nonché del tipo di cliente e delle caratteristiche dell'impresa di assicurazione, sono necessarie affinché il cliente stesso pervenga a una decisione informata sui diritti e sugli obblighi contrattuali nonché sulla situazione patrimoniale dell'impresa. Il DIP aggiuntivo indica, in particolare, la procedura da seguire in caso di reclamo e la legge applicabile al contratto.



La **DOCUMENTAZIONE PRECONTRATTUALE E CONTRATTUALE** è scritta in un linguaggio e con uno stile chiari e sintetici, così da facilitare la comprensione delle informazioni in essa contenute; è presentata e strutturata in modo tale da essere di facile lettura e si compone di caratteri di dimensione leggibile; utilizza termini quali “garanzia”, “garantito” e “garantisce”, o termini a essi simili, soltanto con riferimento ai contratti per i quali l’impresa presta direttamente la specifica garanzia; utilizza il termine “capitale protetto” soltanto con riferimento ai contratti per i quali è prevista l’adozione di particolari tecniche di gestione che mirano a minimizzare la possibilità di perdita del capitale investito, evidenziando che la protezione non costituisce garanzia di assoluta conservazione del capitale o di rendimento minimo; assicura la coerenza delle informazioni contenute in ogni sua parte; non utilizza espressioni o formulazioni di natura pubblicitaria o promozionale. Inoltre, i documenti precontrattuali: non contengono meri rinvii alle condizioni di polizza; limitano i riferimenti normativi ai casi strettamente necessari.

➤ Il “set informativo” dei prodotti assicurativi danni

In coerenza con quanto previsto dal Codice delle assicurazioni private, l’impresa di assicurazione redige per i prodotti assicurativi danni:

- il documento informativo precontrattuale (DIP danni);
- il documento informativo precontrattuale aggiuntivo (DIP aggiuntivo danni).

Oltre a tali documenti sono inoltre predisposti le condizioni di assicurazione (comprenditive del glossario) e il modulo di proposta, ove previsto.

Le sezioni del DIP danni sono le seguenti: a) «Che tipo di assicurazione è?»; b) «Che cosa è assicurato»; c) «Che cosa NON è assicurato?»; d) «Ci sono limiti di copertura?»; e) «Dove vale la copertura?»; f) «Che obblighi ho?»; g) «Quando e come devo pagare?»; h) «Quando comincia la copertura e quando finisce?»; i) «Come posso revocare la proposta, recedere dal contratto o risolvere il contratto?»; l) «Come posso disdire la polizza?». Ogni sezione è contraddistinta da una apposita icona e da uno specifico colore.

Il DIP aggiuntivo danni fornisce informazioni integrative e complementari rispetto alle informazioni contenute nel DIP danni, necessarie affinché il contraente possa acquisire piena conoscenza del prodotto. Tali informazioni sono coerenti con quelle riportate nel DIP danni e le integrano senza apportarvi modifiche.

Le sezioni del DIP aggiuntivo danni e del DIP aggiuntivo r.c. auto sono riportate nella sequenza seguente: a) «Che cosa è assicurato?»; b) «Che cosa NON è assicurato?»; c) «Ci sono limiti di copertura?»; d) «Che obblighi ho»? Quali obblighi ha l'impresa?"; e) «Quando e come devo pagare?»; f) «Quando comincia la copertura e quando finisce?»; g) «Come posso disdire la polizza?»; h) «A chi è rivolto questo prodotto?»; i) «Quali costi devo sostenere?»; l) «Come posso presentare i reclami e risolvere le controversie?». Anche in questo caso, ogni sezione è contraddistinta da una apposita icona e da uno specifico colore.

Il DIP aggiuntivo danni e il DIP aggiuntivo r.c. auto, dopo le sezioni di cui sopra, riportano, ove applicabili, le seguenti avvertenze, relative: all'obbligo dell'impresa di restituire la parte di premio pagata e non goduta in caso di estinzione anticipata



o di trasferimento del mutuo o del finanziamento; alla compilazione del questionario sanitario; alla previsione di un'area riservata nel sito internet dell'impresa con la possibilità per il contraente di richiedere le credenziali di accesso; alla previsione contraria che l'impresa non prevede nel proprio sito internet un'area riservata e che il contraente non avrà la possibilità né di consultare, né di gestire telematicamente il proprio rapporto assicurativo.

➤ **Specificità informative per i prodotti r.c. auto**

Il **DIP aggiuntivo r.c. auto** è redatto distintamente per le autovetture, per i ciclomotori e motocicli, per i natanti e riporta esclusivamente le informazioni a essi relative. Per i veicoli a motore diversi da quelli indicati, l'impresa redige un unico DIP aggiuntivo r.c. auto, oppure DIP aggiuntivi r.c. auto distinti per specifiche categorie di veicoli.

Gli intermediari mettono a disposizione del pubblico una informativa riguardo alle imprese di cui offrono i prodotti e i relativi livelli provvigionali percepiti. L'informativa riguarda anche eventuali differenziazioni in relazione alle diverse categorie di veicoli e natanti assicurati e alle diverse tipologie contrattuali.

Questo documento deve essere redatto in modo chiaro, con caratteri idonei e in forma tale da consentire l'immediata confrontabilità dei livelli provvigionali percepiti dagli intermediari, e dev'essere fornito tramite affissione o adozione di altri idonei strumenti di visualizzazione, presso i locali dell'intermediario, in posizione facilmente visibile dal pubblico. Inoltre, all'informativa deve essere data adeguata evidenziazione nell'ambito del sito internet o del profilo di social network eventualmente allestito dallo stesso intermediario.

Prima della sottoscrizione del contratto, l'intermediario consegna al potenziale contraente un documento contenente le informazioni sulle provvigioni. Tale atto deve risultare da un'apposita dichiarazione da far sottoscrivere al contraente e di cui l'intermediario deve conservare una copia.

► Il “set informativo” dei prodotti assicurativi vita diversi dai prodotti assicurativi d'investimento

In coerenza con quanto previsto dal Codice delle assicurazioni private, l'impresa di assicurazione redige per i prodotti assicurativi vita diversi dai prodotti d'investimento assicurativi:

- il documento informativo precontrattuale (DIP vita);
- il documento informativo precontrattuale aggiuntivo (DIP aggiuntivo vita).

Oltre a tali documenti sono inoltre predisposti le condizioni di assicurazione (comprehensive del glossario) e il modulo di proposta o, ove non previsto, il modulo di polizza.

Le sezioni del DIP vita sono le seguenti: a) «Che tipo di assicurazione è?»; b) «Che cosa è assicurato? Quali sono le prestazioni?»; c) «Che cosa NON è assicurato?»; d) «Ci sono limiti di copertura?»; e) «Dove vale la copertura?»; f) «Che obblighi ho?»; g) «Quando e come devo pagare?»; h) «Quando comincia la copertura e quando finisce?»; i) «Come posso revocare la proposta, recedere dal contratto o risolvere il contratto?»; l) «Sono previsti riscatti o riduzioni?». Ogni sezione è contraddistinta da una apposita icona e da uno specifico colore.

Il DIP aggiuntivo vita fornisce informazioni, integrative e complementari rispetto alle informazioni contenute nel DIP



vita, necessarie affinché il contraente possa acquisire piena conoscenza del prodotto. Tali informazioni sono coerenti con quelle riportate nel DIP vita e le integrano senza apportarvi modifiche.

Le sezioni del DIP aggiuntivo vita sono riportate nella sequenza seguente: a) «Che cosa è assicurato/Quali sono le prestazioni?»; b) «Che cosa NON è assicurato?»; c) «Ci sono limiti di copertura?»; d) «Che obblighi ho? Quali obblighi ha l'impresa?»; e) «Quando e come devo pagare?»; f) «Quando comincia la copertura e quando finisce?»; g) «Come posso revocare la proposta, recedere dal contratto o risolvere il contratto?»; h) «Sono previsti riscatti o riduzioni?»; i) «A chi è rivolto questo prodotto?»; l) «Quali costi devo sostenere?»; m) «Come posso presentare i reclami e risolvere le controversie?»; n) «Regime fiscale». Anche in questo caso, ogni sezione è contraddistinta da una apposita icona e da uno specifico colore.

Il DIP aggiuntivo vita, dopo queste sezioni, riporta, ove applicabili, le seguenti avvertenze relative: all'obbligo dell'impresa di restituire la parte di premio pagata e non goduta in caso di estinzione anticipata o di trasferimento del mutuo o del finanziamento; all'obbligo dell'impresa di trasmettere il documento unico di rendicontazione (DUR); alla compilazione del questionario sanitario; alla previsione di un'area riservata nel sito internet dell'impresa con la possibilità per il contraente di richiedere le credenziali di accesso; alla previsione contraria che l'impresa non prevede nel proprio sito internet un'area riservata e che il contraente non avrà la possibilità né di consultare, né di gestire telematicamente il proprio rapporto assicurativo.



DOCUMENTO INFORMATIVO PRECONTRATTUALE AGGIUNTIVO PER I PRODOTTI ASSICURATIVI "MULTIRISCHI"

Fermo restando l'obbligo di redazione del DIP vita e del DIP danni, nel caso di contratti in cui a prodotti assicurativi vita sono abbinate garanzie relative ai rami danni, è redatto un unico documento informativo precontrattuale aggiuntivo (DIP aggiuntivo "multirischi"). Esso, al pari degli altri DIP aggiuntivi (e del DIP vita, mentre il DIP danni è disciplinato da un apposito regolamento comunitario), è redatto secondo il formato standardizzato predisposto dall'IVASS.

➤ Il "set informativo" dei prodotti assicurativi d'investimento

In coerenza con quanto previsto dal Codice delle assicurazioni private, l'impresa di assicurazione redige per i prodotti assicurativi d'investimento:

- **il documento informativo precontrattuale (KID);**
- **il documento informativo precontrattuale aggiuntivo (DIP aggiuntivo IBIP).**

Oltre a tali documenti sono inoltre predisposti le condizioni di assicurazione (comprehensive del glossario) e il modulo di proposta o, ove non previsto, il modulo di polizza.

Le sezioni del KID sono le seguenti: a) «il nome del prodotto, l'identità e i dati di contatto dell'impresa assicuratrice, informazioni sull'IVASS, la data del documento»; b) «State per acquistare un prodotto che non è semplice e può essere di difficile comprensione» (ove applicabile); c) «Cos'è questo prodotto?»; d) «Quali sono i rischi e qual è il potenziale rendimento?»; e) «Cosa accade se l'impresa assicuratrice non è in grado di corrispondere quanto dovuto?»; f) «Quali sono i



costi?»; g) «Per quanto tempo devo detenerlo?»; h) «Come presentare reclami?»; i) «Altre informazioni rilevanti».

Il DIP aggiuntivo IBIP fornisce informazioni, integrative e complementari rispetto alle informazioni contenute nel KID, necessarie affinché il contraente possa acquisire piena conoscenza del prodotto. Tali informazioni sono coerenti con quelle riportate nel KID e le integrano senza apportarvi modifiche.

Le sezioni del DIP aggiuntivo IBIP sono riportate nella sequenza seguente: a) «Quali sono le prestazioni?»; b) «Che cosa NON è assicurato?»; c) «Ci sono limiti di copertura?»; d) «Che obblighi ho? Quali obblighi ha l'impresa?»; e) «Quando e come devo pagare?»; f) «Quando comincia la copertura e quando finisce?»; g) «Come posso revocare la proposta, recedere dal contratto o risolvere il contratto?»; h) «Sono previsti riscatti o riduzioni?»; i) «A chi è rivolto questo prodotto?»; l) «Quali costi devo sostenere?»; m) «Come posso presentare i reclami e risolvere le controversie?»; n) «Regime fiscale». Anche in questo caso, ogni sezione è contraddistinta da una apposita icona e da uno specifico colore.

Il DIP aggiuntivo IBIP, dopo queste sezioni, riporta, ove applicabili, le seguenti avvertenze relative: all'obbligo dell'impresa di trasmettere il documento unico di rendicontazione (DUR); alla compilazione del questionario sanitario; alla previsione di un'area riservata nel sito internet dell'impresa con la possibilità per il contraente di richiedere le credenziali di accesso; alla previsione contraria che l'impresa non prevede nel proprio sito internet un'area riservata e che il contraente non avrà la possibilità né di consultare, né di gestire telematicamente il proprio rapporto assicurativo.

► Pubblicazione dei “set informativi” sul sito internet aziendale

Non appena disposta la commercializzazione di un nuovo prodotto, l'impresa pubblica nel proprio sito internet il relativo “set informativo”. Tale pubblicazione deve essere mantenuta per tutta la durata della commercializzazione, fatte salve eventuali revisioni.

Con riferimento alle polizze r.c. auto, le imprese mettono a disposizione del pubblico, presso ogni punto vendita e nei propri siti internet, i “set informativi”, le condizioni di contratto e il servizio gratuito di rilascio del preventivo personalizzato. Sul sito internet viene altresì pubblicato l'elenco dei centri di liquidazione sinistri e dei relativi recapiti, con indicazione dell'area di competenza nonché dei giorni e degli orari di apertura.

► Comunicazione del “set informativo” ai clienti

Tutte le informazioni precontrattuali e contrattuali devono essere comunicate ai contraenti: su supporto cartaceo; in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile; in lingua italiana o in altra lingua concordata dalle parti; a titolo gratuito.

Le informazioni possono inoltre essere fornite al contraente tramite un **supporto durevole informatico** e/o un **sito internet**.



- *Le informazioni possono essere fornite tramite un supporto durevole informatico laddove siano soddisfatte le seguenti condizioni: l'utilizzo di un supporto durevole è appropriato rispetto alle modalità di distribuzione del prodotto assicurativo; il contraente, potendo scegliere tra le informazioni in formato cartaceo e su supporto durevole, ha scelto quest'ultimo.*



■ *Le informazioni possono essere fornite tramite sito internet se sono indirizzate direttamente al contraente o se sussistono i seguenti requisiti: la fornitura delle informazioni è appropriata rispetto alle modalità di distribuzione del prodotto assicurativo; il contraente ha acconsentito alla fornitura delle informazioni tramite sito internet; il contraente è stato informato mediante comunicazione telematica dell'indirizzo del sito internet e del punto del sito Internet in cui possono essere reperite le informazioni; è garantito che le informazioni rimangano accessibili sul sito internet per tutta la durata del contratto.*

Se le informazioni sono fornite per mezzo di un supporto durevole informatico o tramite un sito Internet, al cliente viene gratuitamente fornita, su richiesta, una copia in formato cartaceo. L'impresa deve provare la scelta effettuata dall'assicurato nonché le eventuali modifiche della scelta stessa intervenute in corso di contratto. In particolare, l'impresa deve provare l'indicazione dell'indirizzo di posta elettronica fornito dal contraente ed eventuali aggiornamenti dell'indirizzo stesso.

➤ **Aggiornamento del "set informativo"**

L'impresa riesamina le informazioni contenute nel set informativo ogniqualvolta intervengano cambiamenti che incidono o potrebbero incidere significativamente sulle informazioni che vi figurano e, comunque, con cadenza di almeno dodici mesi dalla data della pubblicazione iniziale dei documenti.

Se sono necessarie delle modifiche, l'impresa rivede il contenuto dei documenti. La versione rivista è resa disponibile nel sito internet della compagnia, indicando la data dell'ultima versione aggiornata e comunque eliminando dal sito le versioni precedenti. Inoltre, l'impresa deve comunicare al contraente le eventuali

variazioni delle informazioni contenute nelle condizioni di assicurazione per effetto di modifiche alla normativa successive alla conclusione del contratto. Per i prodotti assicurativi vita diversi dai prodotti assicurativi d'investimento, l'informativa può essere fornita in occasione della prima comunicazione da trasmettere in adempimento agli obblighi di informativa previsti dalla normativa vigente.

► L'informativa per le polizze collettive

L'impresa di assicurazione che stipula **contratti in forma collettiva** predispone il "set informativo" secondo le disposizioni relative a ciascun tipo di prodotto (es. vita diverso dai prodotti d'investimento assicurativi; danni; r.c. auto; "multirischio"). Il "set informativo" è consegnato al contraente e - nei contratti in forma collettiva in cui gli aderenti sostengono in tutto o in parte, direttamente o indirettamente, l'onere del pagamento dei premi - anche all'aderente.

Il **modulo di adesione** che deve essere consegnato all'aderente contiene:

- l'informazione relativa al diritto di ricevere il set informativo, se l'aderente sostiene in tutto o in parte, direttamente o indirettamente, l'onere del pagamento dei premi;
- l'informazione relativa al diritto di richiedere in ogni caso all'impresa le condizioni contrattuali, se l'aderente non sostiene l'onore del pagamento dei premi;
- l'informazione relativa al diritto di richiedere all'impresa le credenziali per l'accesso alle aree riservate.



POLIZZE COLLETTIVE: si tratta di un contratto di assicurazione stipulato nell'interesse di più assicurati, come per esempio una polizza sottoscritta dal datore di lavoro a favore dei suoi dipendenti o una polizza per i membri di un'associazione.



► Regole generali per la pubblicità sui prodotti assicurativi

La pubblicità dei prodotti assicurativi deve essere effettuata nel rispetto dei principi di chiarezza e correttezza e in conformità al contenuto del “set informativo” cui i prodotti si riferiscono.

Pertanto, il messaggio pubblicitario deve essere strutturato in modo da non indurre in errore circa le caratteristiche, la natura, le garanzie e i rischi del prodotto offerto e utilizza forme espressive e caratteri chiari, ben visibili e leggibili. La pubblicità deve poi essere immediatamente riconoscibile come tale e ben distinguibile rispetto a ogni altra forma di comunicazione.

Inoltre, il messaggio pubblicitario deve indicare con chiarezza ed evidenza la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche del relativo prodotto e riportare, con caratteri che consentono un'immediata e agevole lettura, la seguente avvertenza: *“Prima della sottoscrizione leggere il set informativo”*.

Il messaggio pubblicitario deve indicare il sito internet dell'impresa nel quale è pubblicato il “set informativo”.

Le espressioni “garantisce”, “garantito” o termini simili possono essere utilizzate soltanto se la garanzia è rilasciata dall'impresa di assicurazione.

La qualifica di contratto “etico” e “sostenibile” può essere utilizzata soltanto per i contratti aventi effettivamente tali caratteristiche.



Il messaggio pubblicitario dei prodotti assicurativi deve essere ben riconoscibile e chiaro. Inoltre, deve rimandare alla lettura del “set informativo” e indicare il sito internet dell’impresa nel quale è pubblicato il “set informativo”.

I contratti assicurativi a distanza.



L'attività di promozione e vendita dei contratti assicurativi a distanza è regolamentata da una serie di norme a tutela del consumatore.

➤ Riferimenti normativi e regolamentari

Secondo il **Codice delle assicurazioni private**, al primo contatto e in ogni caso prima della sottoscrizione di una proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto di assicurazione a distanza, i distributori forniscono al contraente le seguenti informazioni, ivi incluse quelle sul diritto di recesso ai sensi del Codice del consumo:

- l'identità del distributore e il fine della chiamata;
- l'identità della persona in contatto con il potenziale contraente e il suo rapporto con il distributore assicurativo;
- una descrizione delle principali caratteristiche del servizio o prodotto offerto; il prezzo totale, comprese le imposte, che il contraente dovrà corrispondere;
- l'informativa relativa al compenso ricevuto in relazione al contratto distribuito.

➤ Regolamento IVASS n. 40/2018 sulla distribuzione

Il **regolamento IVASS n. 40/2018** contiene anche le disposizioni sulla promozione e il collocamento, effettuati interamente tramite tecniche di comunicazione a distanza, aventi ad oggetto contratti di assicurazione sulla vita, rivolti a con-



traenti aventi il domicilio abituale o - se persone giuridiche - la sede legale nel territorio della Repubblica, e contratti di assicurazione contro i danni per la copertura di rischi ubicati nel territorio della Repubblica.



Per **TECNICHE DI COMUNICAZIONE A DISTANZA** s'intende qualunque modalità di contatto con la clientela che, senza la presenza fisica e simultanea dell'impresa e del contraente, possa essere impiegata per il collocamento a distanza di contratti assicurativi.

► Informativa precontrattuale

Oltre a quanto già previsto dal Codice delle assicurazioni private, i distributori che vendono prodotti assicurativi a distanza devono comunicare al potenziale contraente, **al primo contatto e, in ogni caso, prima della sottoscrizione di una proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto**: a) il diritto di scegliere di ricevere e di trasmettere la documentazione precontrattuale e contrattuale in formato cartaceo o su supporto durevole informatico o tramite sito internet, e di poter modificare la modalità di comunicazione prescelta; b) la circostanza che richiederanno al contraente la ritrasmissione della polizza da questo sottoscritta, anche



attraverso un qualsiasi mezzo telematico o informatico. La polizza può essere formata come documento informatico nel rispetto della normativa vigente in materia.

Le informazioni devono essere rese in modo chiaro e comprensibile.

Sempre nei termini sopra indicati e secondo le modalità prescelte dal contraente, i distributori devono consegnare o trasmettere al contraente medesimo: a) un'informativa sul distributore conforme a un apposito modello predisposto dall'IVASS; b) copia di una dichiarazione, conforme a un apposito modello predisposto dall'IVASS, che contiene notizie sul modello e sull'attività di distribuzione, sulla consulenza fornita e sulle remunerazioni percepite c) la documentazione informativa precontrattuale e contrattuale (come descritta nel capitolo 4); d) un documento, conforme all'apposito modello predisposto dall'IVASS, contenente l'elenco delle regole di comportamento del distributore.

Nel caso di **collocamento a distanza mediante telefonia vocale**, i distributori assolvono agli obblighi di informativa precontrattuale e di trasmissione della relativa documentazione, solo se il contraente lo richiede espressamente, subito dopo la conclusione del contratto a distanza e comunque non oltre i cinque giorni successivi. In assenza di richiesta, gli obblighi di trasmissione della documentazione sono adempiuti prima della conclusione del contratto di assicurazione.

► **Trasmissione della documentazione**

I distributori devono trasmettere al contraente: a) entro cinque giorni dalla conclusione del contratto, la polizza, salvo che la stessa sia stata formata come documento informatico,

nel rispetto della normativa vigente in materia; b) in corso di contratto, le comunicazioni previste dalla normativa vigente.



*Non è consentito ai distributori collocare contratti di assicurazione (anche in forma collettiva) mediante tecniche di comunicazione a distanza, **senza il preventivo consenso espresso del contraente o dell'aderente**. Va sottolineato che l'assenza di risposta o il mancato dissenso non possono essere considerati espressione del consenso del contraente.*

Nel caso di stipulazione di **contratti r.c. auto**, la trasmissione del certificato di assicurazione avviene su supporto cartaceo tramite posta oppure, ove il contraente abbia manifestato il consenso a ricevere la documentazione su supporto durevole, anche tramite posta elettronica. La trasmissione della carta verde avviene su supporto cartaceo.



Prima della conclusione del contratto a distanza, il distributore deve fornire al contraente l'informativa in formato cartaceo o su supporto durevole informatico o tramite sito internet. Il contraente può scegliere con quale modalità ricevere la documentazione precontrattuale e contrattuale, senza alcun costo.

➤ **Regole di comportamento, valutazione delle richieste ed esigenze del cliente**

Nello svolgimento dell'attività di promozione e collocamento a distanza di contratti di assicurazione, in primo luogo i distributori osservano le disposizioni in materia di **regole generali di comportamento**: comportarsi con equità, onestà, professionalità, correttezza, trasparenza, nel miglior interesse dei contraenti e degli assicurati e in modo da non recare pregiudizio



agli stessi; fornire informazioni sull'attività svolta e sui prodotti distribuiti, ivi incluse le comunicazioni pubblicitarie, corrette, chiare, non fuorvianti, imparziali e complete; aggiornare periodicamente le proprie cognizioni e capacità professionali; garantire la riservatezza nel trattamento dei dati personali; ricevere a titolo di pagamento del premio assegni bancari, postali o circolari, ordini di bonifico, altri mezzi di pagamento bancario o postale, mezzi di pagamento elettronico, anche online, e denaro contante nel caso dei rami danni (per un importo non superiore a 750 euro annui per ciascun contratto) e r.c. auto (nei limiti della normativa antiriciclaggio). Inoltre, devono osservare quanto previsto dalla legge e dalla regolamentazione IVASS in tema di **conflitti di interesse, informativa precontrattuale e informativa sulla remunerazione**.

I distributori sono tenuti a proporre contratti coerenti con le richieste ed esigenze di copertura assicurativa e previdenziale del cliente. A tal fine, prima di far sottoscrivere una proposta o, qualora non prevista, un contratto di assicurazione, devono acquisire dal potenziale contraente le informazioni utili a valutare le sue richieste ed esigenze. Sulla base delle informazioni raccolte, tenuto conto della tipologia del contratto e della natura e complessità del prodotto offerto, i distributori forniscono al cliente informazioni oggettive sul prodotto, illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti della copertura e ogni altro elemento utile a consentirgli di prendere una **decisione informata**.

➤ **Consulenza**

Esistono differenti modalità di consulenza. In caso si parli di **prodotti danni e vita diversi dai prodotti assicurativi d'investimento**, se viene offerta una consulenza prima della conclusione di un contratto, il distributore deve fornire al

contraente una raccomandazione personalizzata, contenente i motivi per cui il contratto offerto è ritenuto più indicato a soddisfare le sue richieste ed esigenze.

Se è basata su un'analisi imparziale e personale, l'intermediario assicurativo fonda la consulenza sull'analisi di un numero sufficiente di contratti e di fornitori disponibili sul mercato, che gli consenta di formulare una raccomandazione personalizzata, secondo criteri professionali, in merito al contratto assicurativo più adeguato a soddisfare le esigenze del contraente.

Quando vengono trattati **prodotti assicurativi d'investimento** la modalità di consulenza è differente. Fermo restando l'obbligo di valutare le richieste ed esigenze assicurative del cliente, proprio di tutti i prodotti assicurativi, la distribuzione di un prodotto IBIPs può realizzarsi con o senza consulenza. In particolare, è prevista la vendita in regime di consulenza obbligatoria per i prodotti IBIPs diversi da quelli non complessi, mentre è facoltativa per i prodotti tradizionali.

In caso di vendita con consulenza, il distributore dovrà valutare se il prodotto sia coerente con le richieste e le esigenze assicurative del potenziale contraente e se sia adeguato. Per realizzare ciò, occorre che il distributore ottenga dal potenziale contraente le informazioni in merito a: età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione assicurativa e aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.

Inoltre, è necessario che il distributore ottenga dal potenziale contraente anche le informazioni in merito a: conoscenze ed



esperienze necessarie nell'ambito di investimento rilevante per il tipo specifico di prodotto raccomandato; situazione finanziaria, inclusa la capacità di sostenere perdite; obiettivi di investimento del contraente, inclusa la tolleranza di rischio.

L'esito della valutazione è riprodotto nella dichiarazione di rispondenza alle richieste ed esigenze del cliente e di adeguatezza.

Viceversa, per le vendite senza consulenza, il distributore accerta che il prodotto d'investimento assicurativo proposto o richiesto sia coerente con le richieste e le esigenze assicurative del potenziale contraente. A tal fine, riceverà dal contraente le seguenti informazioni: età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione assicurativa e aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.

Inoltre, è necessario che il distributore ottenga dal potenziale contraente anche le informazioni in merito alle conoscenze ed esperienze necessarie nell'ambito di investimento rilevante per il tipo specifico di prodotto raccomandato, al fine di determinare se il prodotto in questione è appropriato per il potenziale contraente.

In questo caso, fermo restando l'obbligo di rilascio della dichiarazione di rispondenza alle richieste ed esigenze del cliente, è prevista la possibilità di vendere un prodotto ritenuto non appropriato o in relazione al quale non sono state fornite informazioni sufficienti per valutarne l'appropriatezza, rilasciando apposita relativa dichiarazione.

Nel caso in cui venga utilizzato un mezzo di comunicazione a distanza che non consente la previa consegna delle suddette dichiarazioni, queste possono essere fornite al contraente, su supporto durevole, subito dopo la sottoscrizione del contratto, a condizione che: a) il contraente abbia accettato di ricevere la dichiarazione di adeguatezza o di appropriatezza subito dopo la conclusione del contratto; b) l'intermediario assicurativo o l'impresa di assicurazione abbia dato al contraente la possibilità di ritardare la conclusione del contratto al fine di ricevere la dichiarazione di adeguatezza o di appropriatezza prima della conclusione del contratto.



Anche nei contratti a distanza vige l'obbligo di verificare l'adeguatezza del contratto proposto in caso di prestazione del servizio di consulenza e quindi di formulazione di una raccomandazione personalizzata.

> Call center

Le imprese di assicurazione, gli agenti, i broker, le banche, gli intermediari finanziari e gli intermediari a titolo accessorio possono avvalersi di **call center** per la promozione e il collocamento di contratti di assicurazione a distanza. Per potersene avvalere devono soddisfare le seguenti condizioni:

- **l'impresa** si deve avvalere di addetti del call center che siano suoi dipendenti oppure di soggetti per i quali abbia assunto la piena responsabilità del relativo operato. In tale ultimo caso, l'impresa individua un proprio dipendente quale incaricato del coordinamento e del controllo dell'attività svolta dal call center;
- **l'intermediario** deve assumere la piena responsabilità dell'operato degli addetti e individuare, per ogni sede del call center, un collaboratore incaricato del coordinamento e del controllo della relativa attività.



Le imprese e gli intermediari devono inoltre assicurare che gli addetti del call center: siano in possesso di adeguate competenze professionali e di una appropriata conoscenza delle caratteristiche dei contratti e dei servizi offerti; forniscano al primo contatto il proprio codice identificativo o le proprie generalità, la denominazione dell'impresa di assicurazione e, in caso di call center dell'intermediario, il nominativo di quest'ultimo; forniscano risposte uniformi tra loro e conformi alle condizioni contrattuali.

Le imprese e gli intermediari garantiscono, infine, che il contraente possa, a richiesta, essere messo in contatto con l'incaricato del coordinamento e del controllo del call center e che riceva le informazioni in lingua italiana e in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile.

➤ **Sito internet e social network**

Per quanto riguarda i siti delle **imprese assicuratrici**, nel caso di promozione e di collocamento di contratti di assicurazione tramite internet, le informazioni contenute nel loro sito web devono essere integrate con l'indicazione che la compagnia opera attraverso il sito in qualità di distributore di prodotti assicurativi.

Il sito internet, i profili di social network e le eventuali applicazioni utilizzati per la promozione e collocamento di prodotti assicurativi da parte degli **intermediari** contengono nella home page, oppure in una apposita pagina direttamente accessibile dalla home page, in maniera chiara e visibile, le seguenti informazioni:

- a) i dati identificativi dell'intermediario, il numero di iscrizione nel Registro IVASS e l'indirizzo del sito internet dove consultare gli estremi della relativa iscrizione;

- b) la sede legale e le eventuali sedi operative;
- c) il recapito telefonico, il numero di telefax, l'indirizzo di posta elettronica e, laddove previsto, l'indirizzo di posta elettronica certificata;
- d) il riferimento alla vigilanza dell'IVASS;
- e) i recapiti per la presentazione dei reclami e la facoltà per il contraente di avvalersi dei sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie (ADR) previsti dalla normativa vigente.

Le stesse informazioni devono essere fornite dagli intermediari comunitari, adattandole alle loro specifiche caratteristiche.



*I distributori che svolgono attività di promozione e collocamento di prodotti assicurativi tramite siti internet devono essere titolari del relativo **DOMINIO**. Se tale attività è svolta da un intermediario, il titolare deve essere la persona fisica che opera a titolo individuale, oppure la società di intermediazione.*

I distributori che collocano contratti assicurativi tramite internet devono inoltre rendere disponibili sul proprio sito le informazioni relative alle diverse fasi da seguire per la conclusione del contratto nonché ai mezzi tecnici e alle modalità per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima della conclusione del contratto. Immediatamente prima che il cliente concluda la fase che determina il perfezionamento del contratto, il distributore lo deve anche avvisare delle conseguenze che tale operazione comporta.

► Siti di comparazione

Gli intermediari che, tramite siti internet o altri mezzi, forniscono informazioni su uno o più contratti assicurativi, anche



confrontati o ordinati, devono:

- indicare il dato relativo alla quota di mercato comparata e l'elenco delle imprese di assicurazione con le quali hanno sottoscritto accordi finalizzati alla comparazione delle polizze; qualora il servizio sia fornito attraverso siti internet, tali informazioni sono rese nell'home page o in altra pagina del sito direttamente accessibile dall'home page;
- garantire che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate;
- in caso di mancata quotazione di una o più delle imprese comparate, esplicitare i motivi dell'impedimento e comunicare all'utente le relative quotazioni, anche in un momento successivo;
- fornire comparazioni basate non soltanto sul prezzo, ma anche sulle caratteristiche principali delle polizze, in base a uno standard uniforme, tale da agevolare il confronto tra le diverse offerte;
- dotarsi di processi di rilevazione delle esigenze assicurative del cliente e di quotazione delle garanzie tali da produrre una gamma di prodotti tutti rispondenti alle esigenze manifestate dallo stesso cliente;
- adottare modalità operative idonee a evitare forme di abbinamento forzato delle coperture accessorie a contratti assicurativi della responsabilità civile auto e meccanismi di attribuzione automatica di garanzie non richieste e per le quali non sia stata manifestata espressamente la volontà di adesione;
- garantire la trasparenza delle remunerazioni riconosciute da ciascuna delle imprese all'intermediario per il servizio di comparazione, nonché dei compensi riconosciuti dalle imprese, per ciascuna polizza, in caso di conclusione del contratto;

- nel diffondere comunicazioni pubblicitarie, conformarsi ai principi di equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza;
- garantire la riservatezza delle informazioni acquisite in ragione dell'attività svolta.

➤ Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza

I distributori che promuovono contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza per l'invio di materiale pubblicitario, per la vendita a distanza e per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazioni commerciali, richiedono il previo consenso del cliente all'utilizzo della tecnica di comunicazione. Il consenso è prestato in maniera esplicita, in relazione alle diverse tipologie di comunicazione, senza oneri per il cliente ed è revocabile in ogni momento.



Salvo opposizione del cliente, i distributori possono utilizzare le tecniche di comunicazione a distanza senza acquisire il previo consenso del cliente nel caso in cui questi abbia già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo assicurativo o ad altri rami, purché il prodotto sia distribuito dalla medesima impresa. I distributori informano il contraente della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando le relative modalità.

I distributori che promuovono contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza informano in occasione di ciascuna comunicazione il cliente: se la comunicazione commerciale



è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi; della provenienza dei dati personali del cliente e del loro utilizzo; che il cliente ha diritto di revocare il consenso all'utilizzo della comunicazione commerciale e di opporsi alle comunicazioni in ogni momento e senza oneri, nonché sulle modalità per l'esercizio dei diritti di revoca e di opposizione.

Inoltre, i distributori assicurano che le comunicazioni commerciali effettuate da soggetti terzi per loro conto: siano accompagnate dalle informazioni sopra indicate; indichino il nominativo del distributore che commercializza il contratto di assicurazione; in caso di comunicazione effettuata mediante siti internet, prevedano un link ipertestuale al sito internet o al profilo di social network del distributore oppure l'indicazione del relativo indirizzo.

➤ **Registrazioni delle conversazioni e comunicazioni telefoniche**

Recentemente l'IVASS ha introdotto nuovi adempimenti a carico dei distributori che promuovono comunicazioni commerciali a distanza. Infatti, il regolatore ha previsto l'obbligo della registrazione delle conversazioni o delle comunicazioni telefoniche che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi (a partire dal 31 marzo 2021). Viceversa, per i prodotti assicurativi di investimento, saranno registrate anche le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche concernenti l'offerta dei prodotti che non si è conclusa con la sottoscrizione dei relativi contratti (a partire dal 1° gennaio 2022).

LA VENDITA ABBINATA

I distributori che propongono **prodotti assicurativi insieme a un prodotto o servizio diverso da un'assicurazione**, come parte di un "pacchetto" o dello stesso accordo, forniscono al potenziale contraente la descrizione adeguata delle diverse componenti dell'accordo o del "pacchetto" e l'evidenza separata dei costi e degli oneri di ciascun componente, nonché del modo in cui la sua composizione modifichi i rischi o la copertura assicurativa.

Inoltre, nel caso in cui la distribuzione di un prodotto assicurativo come parte di un pacchetto o dello stesso accordo avvenga attraverso la consulenza, i distributori assicurano che l'intero pacchetto o accordo sia adeguato alle esigenze del cliente.

In caso di distribuzione di prodotti assicurativi d'investimento in assenza di consulenza, i distributori valutano la coerenza con le richieste e le esigenze assicurative del cliente e l'appropriatezza del pacchetto di servizi o prodotti nel suo insieme.

Se un prodotto assicurativo è **accessorio rispetto a un bene o servizio diverso da una assicurazione**, come parte di un pacchetto o dello stesso accordo, il distributore di prodotti assicurativi offre al potenziale contraente la possibilità di acquistare il bene o servizio separatamente. Tale previsione non si applica se un prodotto assicurativo è accessorio rispetto a un servizio o attività di investimento, a un contratto di credito o a un conto di pagamento.

Anche in questo caso, il distributore di prodotti assicurativi specifica al contraente i motivi per cui il prodotto assicurativo, che è parte del pacchetto complessivo o dello stesso accordo, è ritenuto indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo.

L'IVASS può applicare le misure cautelari ed interdittive, ivi incluso il potere di vietare la vendita di una assicurazione insieme a un servizio o prodotto accessorio diverso da una assicurazione, come parte di un pacchetto o dello stesso accordo, quando tale pratica sia dannosa per i consumatori. Con riferimento ai prodotti assicurativi d'investimento, i suddetti poteri sono esercitati da IVASS e CONSOB coerentemente con le rispettive competenze.

Le aree riservate "Home insurance".



Ogni assicurato ha a disposizione un'area riservata sul sito internet dell'impresa di assicurazione di cui è cliente per accedere a tutte le informazioni sulla propria posizione assicurativa e per effettuare alcune operazioni.

► Sito internet dell'impresa assicuratrice

Il sito di un'impresa di assicurazione è redatto almeno in lingua italiana e contiene nella home page, oppure in un'apposita pagina direttamente accessibile dalla home page, in maniera chiara e visibile, le seguenti informazioni:

- a) la denominazione sociale, la sede legale e l'eventuale sede secondaria dell'impresa;
- b) per le imprese comunitarie che operano in regime di stabilimento, oltre le informazioni di cui alla lettera a), anche l'indicazione della sede in Italia;
- c) il recapito telefonico o qualsiasi altro strumento idoneo a fornire tempestiva e gratuita assistenza ai contraenti nonché l'indirizzo di posta elettronica e di posta elettronica certificata;
- d) gli estremi del provvedimento di autorizzazione all'esercizio dell'attività assicurativa;
- e) il numero di iscrizione all'albo delle imprese di assicurazione o nell'elenco annesso tenuto dall'IVASS, e l'indirizzo internet dove è possibile verificare gli estremi dell'autorizzazione;
- f) la soggezione alla vigilanza dell'IVASS o dell'Autorità



dello Stato membro di origine, indicando il sito internet dell'Autorità;

- g) i recapiti per la presentazione di reclami e l'indicazione della facoltà per il contraente di avvalersi dei sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie (ADR) previsti dalla normativa vigente;
- h) per le imprese comunitarie operanti in regime di libera prestazione di servizi per l'assicurazione obbligatoria r.c. auto, l'indicazione del rappresentante per la gestione dei sinistri;
- i) i "set informativi" relativi ai prodotti commercializzati;
- j) l'informativa relativa al conflitto di interessi e alla finanza etica o sostenibile.

L'impresa assicuratrice deve inoltre consentire l'acquisizione su supporto durevole delle informazioni pubblicate sul sito.

► Aree riservate

L'impresa assicuratrice deve predisporre sistemi informatici per la gestione telematica dei rapporti assicurativi dei contraenti e degli aderenti mediante accesso ad apposite **Aree riservate**.



Tali sistemi informatici consentono di gestire i rapporti contrattuali, permettendo di effettuare almeno le seguenti **operazioni**:

- il pagamento del premio assicurativo successivo al primo;
- la richiesta di liquidazione del sinistro;
- la richiesta di modifica dei propri dati personali;
- la richiesta di riscatto;
- la richiesta di sospensione della garanzia, se prevista dal contratto, e la relativa riattivazione.

I sistemi informatici consentono inoltre di ricevere i dati relativi ai rapporti assicurativi in essere, permettendo di consultare almeno le seguenti **informazioni**:

- le coperture assicurative in essere;
- le condizioni contrattuali sottoscritte;
- lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze;
- per le polizze vita, anche il valore di riscatto della polizza;
- per i contratti r.c. auto, anche l'attestazione sullo stato del rischio;
- il/i nominativo/i e i relativi dati anagrafici, il codice fiscale e/o la partita IVA italiani o esteri, e i recapiti, anche di posta elettronica, del beneficiario e dell'eventuale referente terzo da contattare in caso di decesso dell'assicurato;
- l'eventuale sospensione della garanzia e relativa riattivazione.

Su richiesta del contraente, l'impresa di assicurazione può adempiere agli obblighi di informativa in corso di contratto mediante pubblicazione nell'area riservata. Le comunicazioni e i documenti pubblicati nell'area devono essere acquisibili su supporto durevole.

L'informativa comprende l'indicazione dei massimali, del valore del bene oggetto di copertura, la data e l'importo dei

premi in scadenza, oltre a ogni altro elemento utile a fornire al contraente o all'aderente un'informativa completa e personalizzata con riguardo alla sua specifica posizione assicurativa.

L'impresa assicuratrice deve aggiornare le informazioni contenute nelle aree riservate con una tempistica coerente con le caratteristiche della copertura assicurativa a cui si riferiscono e indica chiaramente la data di aggiornamento. Inoltre, garantisce la correttezza, la chiarezza e la trasparenza delle informazioni contenute nelle aree riservate mediante l'uso di un linguaggio semplice e facilmente comprensibile.

Le imprese di assicurazione comunitarie operanti in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi che predispongono sistemi informatici per la consultazione e la gestione telematica dei rapporti assicurativi dei contraenti (solo per l'assicurazione r.c. auto) si conformano alle stesse regole. Inoltre, inseriscono nei DIP aggiuntivi l'informativa relativa alla predisposizione o alla mancata predisposizione di sistemi informatici che consentono di gestire i rapporti contrattuali.



Nell'area riservata il cliente deve poter accedere a tutte le informazioni utili che riguardano la sua posizione assicurativa e poter effettuare talune operazioni.

> Accesso alle aree riservate

L'impresa assicuratrice consente l'accesso nelle aree riservate mediante link da **home page del proprio sito internet** e può consentirlo anche mediante apposita **applicazione mobile** utilizzabile sui principali sistemi operativi di pc, tablet e smartphone, oppure da altra modalità di accesso da remoto.



Nella predisposizione delle modalità di accesso, l'impresa di assicurazione adotta idonei presidi di sicurezza e garantisce la tutela della riservatezza e la protezione dei dati e delle informazioni nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR). Il livello di sicurezza è proporzionato alle operazioni e funzioni messe a disposizione del contraente, anche ulteriori rispetto a quelle informative minime.

Inoltre, l'impresa di assicurazione garantisce la gratuità e la natura continuativa del servizio e la fruibilità della connessione da qualsiasi postazione, e indica nel sito e nelle applicazioni mobili le modalità di contatto idonee a fornire tempestiva e gratuita assistenza agli utenti nel caso di difficoltà di accesso all'area o di consultazione dell'area stessa.

L'impresa assicuratrice inserisce nelle aree riservate messaggi pubblicitari o promozionali a condizione che il contraente abbia reso preventivo ed espresso consenso all'inserimento e ne garantisce la riconoscibilità mediante una veste grafica che non interferisca con i contenuti dell'area riservata.

Il contraente e l'aderente hanno diritto di richiedere in ogni momento le credenziali di accesso all'area riservata. L'impresa assicuratrice a sua volta rende nota la possibilità di richiedere le credenziali di accesso all'area riservata, specificandone le modalità, mediante la pubblicazione di un'apposita informativa nella home page del proprio sito internet.



I clienti devono essere avvisati dall'impresa assicuratrice di poter accedere all'area a loro riservata on-line.

ECCEZIONI

L'impresa può non attivare le aree riservate per le coperture relative a determinati rischi: relativi a flotte di veicoli a motore o di natanti; grandi rischi; rischi agricoli e relativi contratti integrativi; rischi connessi a eventi specifici circoscritti in un limitato arco temporale; rischi accessori a un prodotto o servizio in cui l'importo dei premi complessivamente dovuti per la copertura, indipendentemente dalle modalità di rateazione, non sia superiore a cento euro; rischi assicurati con contratti collettivi stipulati "per conto di chi spetta" ai sensi dell'articolo 1891 c.c. L'esclusione non si applica ai contratti di assicurazione, individuali e collettivi, connessi a mutui e a altri contratti di finanziamento.

Domande e risposte.



► Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo.

1

“

Nel caso in cui un collaboratore non sia iscritto nel registro, quali sono le conseguenze di carattere sanzionatorio?

”

L'esercizio abusivo dell'attività di intermediazione assicurativa da parte di un soggetto non iscritto nel registro è punito, in base a quanto previsto dal Codice delle Assicurazioni Private con la reclusione da sei mesi a due anni e con la multa da diecimila a centomila euro (art. 305, comma 2, del Codice delle assicurazioni).

2

“

Chi sono i produttori diretti?

”

I produttori diretti sono quegli intermediari che, anche in via sussidiaria rispetto all'attività svolta a titolo principale, esercitano l'intermediazione assicurativa nei rami vita e nei rami infortuni e malattia per conto e sotto la piena responsabilità di un'impresa di assicurazione e che operano senza obblighi di orario o di risultato esclusivamente per l'impresa medesima.

“

Esercita attività di distribuzione assicurativa il procuratore di affari o il segnalatore?

3

”

Alla luce della definizione di cui all'art. 106 del Codice delle assicurazioni e all'art. 2, lett. q), del Regolamento n. 40/2018, l'attività di mera segnalazione di nominativi al distributore non è riconducibile alla nozione di attività di distribuzione, salvo che essa non si sostanzi anche in un'attività di assistenza o consulenza finalizzate alla presentazione o proposta di contratti di assicurazione ai clienti segnalati e comporti la percezione di un compenso.

“

E' necessaria l'iscrizione nel Registro degli addetti che operano esclusivamente all'interno dei locali degli intermediari iscritti nella sezione E?

4

”

Gli addetti che operano esclusivamente all'interno dei locali dell'intermediario iscritto nella sezione E non devono necessariamente essere iscritti nel RUI, come chiarito nella relazione al Regolamento n. 40/2018. Resta fermo che tali addetti dovranno in ogni caso possedere i requisiti di onorabilità e professionalità previsti dall'articolo 48 del citato Regolamento n. 40/2018.

“

Quale polizza deve sottoscrivere una persona fisica che richiede l'iscrizione come agente nella sezione A del Registro degli intermediari assicurativi?

5

”

Deve stipulare una polizza di assicurazione della responsabilità civile per l'attività di distribuzione assicurativa svolta in forza dell'iscrizione al registro, che prevede, entro determinati massimali, le coperture per danni arrecati da negligenze ed errori



professionali propri, oppure da negligenze, errori professionali e infedeltà dei dipendenti, dei collaboratori o delle persone del cui operato l'agente deve rispondere a norma di legge.

► Regole per la distribuzione di prodotti danni e vita non d'investimento.

1

“*La consulenza assicurativa rientra nel campo di applicazione dell'attività distributiva?*”

L'attività di consulenza costituisce attività di distribuzione assicurativa. Essa consiste nel fornire raccomandazioni personalizzate a un cliente, su richiesta dello stesso o su iniziativa del distributore, in relazione ad uno o più contratti di assicurazione.

2

“*Quali intermediari sono esclusi dagli obblighi informativi pre-contrattuali?*”

Sono esclusi dagli obblighi informativi i distributori di prodotti assicurativi che operano nei grandi rischi e gli intermediari riassicurativi.

3

“*Prima di far sottoscrivere un contratto assicurativo, quali documenti devono essere consegnati al contraente?*”

I distributori consegnano o trasmettono al potenziale contraente prima della sottoscrizione di una proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto di assicurazione, le informazioni, concernenti le informazioni sul distributore. In occasione di rinnovo o stipula di un nuovo contratto, il distributore consegna o trasmette tali informazioni solo in caso di successive modifiche di rilievo delle stesse.

Prima della sottoscrizione di ciascuna proposta o, qualora non prevista, della conclusione di ciascun contratto di assicurazione, i distributori consegnano o trasmettono al potenziale contraente:

- a) copia di una dichiarazione che contiene notizie sul modello e sull'attività di distribuzione, sulla consulenza fornita e sulle remunerazioni percepite;
- b) la documentazione informativa precontrattuale e quella contrattuale prevista dalle vigenti disposizioni;
- c) nel caso di offerta fuori sede e nel caso di distribuzione mediante tecniche di comunicazione a distanza, un documento che riepiloga le regole di comportamento alle quali è tenuto il distributore.

“

In che modo un utente può pagare il premio assicurativo dopo aver sottoscritto una polizza assicurativa?

4

”

Le modalità di pagamento dei premi ammesse sono:

- a) assegni bancari, postali o circolari, muniti della clausola di non trasferibilità, intestati o girati all'impresa di assicurazione oppure all'intermediario, espressamente in tale qualità;
- b) ordini di bonifico, altri mezzi di pagamento bancario o postale, inclusi gli strumenti di pagamento elettronici, anche nella forma on line, che abbiano quale beneficiario uno dei soggetti indicati al precedente punto a);
- c) denaro contante, esclusivamente per i contratti di assicurazione contro i danni del ramo responsabilità civile auto e relative garanzie accessorie (se e in quanto riferite allo stesso veicolo assicurato per la responsabilità civile auto), nonché per i contratti degli altri rami danni con il limite di settecentocinquanta euro annui per ciascun contratto.

Gli intermediari iscritti nella sezione B del Registro, se non sono autorizzati all'incasso ai sensi dell'accordo sottoscritto



o ratificato dall'impresa, comunicano al contraente che il pagamento dei premi all'intermediario o a un suo collaboratore non ha effetto liberatorio ai sensi dell'art. 118 del Codice

5

“

Un contratto assicurativo può non essere coerente con le richieste ed esigenze del cliente?

”

Sì, se il cliente si rifiuta di fornire alcune informazioni richiestegli dal distributore, oppure quando -dopo che lo stesso cliente ha fornito tutte le informazioni suddette - il distributore ritiene che il contratto offerto non sia comunque coerente alle esigenze del consumatore in questo caso non è possibile procedere al collocamento del prodotto assicurativo.

6

“

I distributori, prima di far sottoscrivere una proposta o, qualora non prevista, un contratto di assicurazione, quali informazioni acquisiscono dal contraente per valutare le sue richieste ed esigenze?

”

I distributori chiedono notizie sulle caratteristiche personali e sulle esigenze assicurative o previdenziali del contraente o dell'assicurato, che includono, ove pertinenti, specifici riferimenti all'età, allo stato di salute, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione finanziaria e assicurativa e alle sue aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto. Dopo aver acquisito le informazioni dal contraente per valutare le sue richieste ed esigenze, i distributori sono tenuti a informare il contraente, con un'apposita dichiarazione, che il prodotto propostogli sia coerente con le sue esigenze e richieste.

► Regole per la distribuzione di prodotti d'investimento assicurativi.

“

Prima della conclusione di un contratto di investimento assicurativo quale documentazione riceve il cliente?

1

”

Il distributore consegna o trasmette al cliente le notizie concernenti il modello di distribuzione adottato, le remunerazioni percepite, l'attività di distribuzione prestata, la consulenza fornita al contraente, la documentazione informativa precontrattuale e quella contrattuale. Qualora l'offerta sia fuori sede e nel caso di distribuzione mediante tecniche di comunicazione a distanza, verrà rilasciato dal distributore un documento contenente gli obblighi comportamentali ai quali è tenuto nei confronti del cliente. Con specifico riferimento al prodotto offerto, il distributore fornisce al contraente una descrizione generale della natura dello stesso, dei rischi sottesi, dei costi e degli oneri connessi, inclusi, in caso di consulenza obbligatoria, i costi relativi alla valutazione periodica dell'adeguatezza.

“

Che cosa è un incentivo?

2

”

E' qualsiasi onorario, commissione o vantaggio non monetario fornito da o a tale intermediario o impresa in relazione alla distribuzione di un prodotto di investimento assicurativo, a o da qualsiasi soggetto diverso dal cliente interessato dalla transazione in questione o da un soggetto che agisca per conto di tale cliente.



► La trasparenza dei prodotti assicurativi.

1

“ *In che modo le imprese sono tenute a garantire la trasparenza e la concorrenzialità delle offerte dei servizi assicurativi?* ”

Mettendo a disposizione nei punti vendita e sui siti internet i “set informativi” e le condizioni di contratto praticate, oltre che effettuando preventivi personalizzati.

2

“ *Nei contratti r.c. auto esiste un unico fascicolo informativo?* ”

No, i fascicoli informativi sono distinti per categorie di veicoli (autovetture, ciclomotori, motocicli e natanti).

3

“ *Richiedere un preventivo per una polizza r.c. auto è un servizio a pagamento?* ”

No, è un servizio gratuito che si può effettuare presso i punti vendita e viene elaborato sulla base delle informazioni fornite dal consumatore. Inoltre, è possibile effettuare un preventivo gratuito e personalizzato direttamente sui siti internet delle imprese.

4

“ *Cosa deve indicare il messaggio pubblicitario di un prodotto assicurativo?* ”

Un messaggio pubblicitario relativo a una polizza deve indicare la denominazione dell'impresa, le caratteristiche del prodotto, l'avvertenza di leggere il “set” informativo prima della sottoscrizione del contratto e dove è possibile consultarlo.

► I contratti assicurativi a distanza.

“

È possibile vendere contratti assicurativi tramite call center?

1

”

Sì, a condizione che l'impresa di assicurazione risponda dell'operato degli addetti e garantisca la loro formazione professionale.

“

In cosa consiste la formazione di un operatore di call center che vende polizze assicurative a distanza?

2

”

Per diventare operatore di call center che vende polizze assicurative a distanza bisogna seguire un corso di formazione della durata di 60 ore presso l'impresa di assicurazione di riferimento. Inoltre, per continuare a svolgere questa attività, l'operatore deve annualmente effettuare un corso di aggiornamento della durata di 30 ore.

“

Cosa devono garantire le imprese che si avvalgono del servizio di call center?

3

”

Un'impresa assicuratrice può avvalersi di call center a condizione che gli addetti del call center siano dipendenti dell'impresa stessa. Nel caso in cui gli addetti non siano dipendenti, quest'ultima si assumerà la piena responsabilità del loro operato, individuando un proprio dipendente quale responsabile del coordinamento e del controllo dell'attività di promozione e collocamento di contratti di assicurazione a distanza svolta dal call center.

4

“ È prevista la verifica di adeguatezza di un contratto per la vendita a distanza di polizze assicurative? ”

Sì, la verifica delle richieste ed esigenze del cliente e dell'adeguatezza (o anche dell'appropriatezza, nel caso dei prodotti assicurativi d'investimento) del prodotto offerto è prevista anche in questo caso.

► Le aree riservate “Home insurance”.

1

“ La disciplina sulla creazione di aree riservate nei siti web delle imprese si applica a tutte indistintamente? ”

No, solo a quelle con sede legale in Italia e, limitatamente all'esercizio della assicurazione obbligatoria della responsabilità civile auto e natanti, alle imprese comunitarie abilitate a operare in Italia.

2

“ Tutte le tipologie di contratti sono pubblicate all'interno delle aree riservate? ”

No, sono esclusi i rischi non standardizzati e oggetto di negoziazione ad hoc (flotte di veicoli e natanti, “grandi rischi” e rischi agricoli) o i contratti di modesto importo (contratti accessori a prodotti o servizi, con premio superiore a 100 euro), così come, analogamente, i rischi connessi a eventi specifici circoscritti in un limitato arco temporale (ad esempio polizze abbinate all'acquisto di uno skipass, vendute in occasione di gare e manifestazioni sportive oppure per la copertura di rischi durante viaggi di breve durata, ecc.).

“

Quali sono le informazioni che il consumatore può trovare nelle aree riservate?

3

”

Le informazioni pubblicate nelle aree riservate riguardano, in particolare: le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze. Inoltre, per le polizze vita, è possibile verificare il valore di riscatto della polizza. Per i contratti r.c. auto l'area riservata riporta l'attestazione sullo stato del rischio.

“

Chiunque può accedere alle aree riservate?

4

”

No, l'accesso alle aree riservate è consentito ai contraenti di polizze assicurative che ne facciano espressa richiesta a seguito di idonea informativa ricevuta dall'impresa. In caso di polizze collettive, l'accesso all'area è consentito anche all'assicurato qualora questi paghi il premio o sia portatore di un interesse alla prestazione. Anche gli assicurati dei contratti in forma collettiva connessi a mutui o ad altri contratti di finanziamento hanno diritto ad accedere all'area riservata.



LINK UTILI

www.forumaniaconsumatori.it è il sito del Forum ANIA - Consumatori, una fondazione promossa dall'ANIA (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici) che ha l'obiettivo di facilitare e rendere ancor più costruttivo e sistematico il dialogo tra le imprese di assicurazione e le associazioni dei consumatori. Sul sito è possibile visionare tutte le iniziative e i campi di attività della fondazione.

www.ania.it è il sito dell'ANIA (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici), l'associazione che rappresenta le imprese di assicurazione operanti in Italia. La sua finalità principale, riconosciuta dallo Statuto, è tutelare gli interessi della categoria, coniugandoli con gli interessi generali del Paese, nella costruzione di un modello di sviluppo sostenibile riconosciuto dalle Istituzioni e dall'opinione pubblica. L'associazione rappresenta i soci e il mercato assicurativo italiano nei confronti delle principali istituzioni politiche e amministrative, inclusi il Governo e il Parlamento, le organizzazioni sindacali e le altre forze sociali.

www.adiconsum.it è il sito dell'Associazione Difesa Consumatori e Ambiente, che opera in molteplici settori per la tutela dei cittadini, collabora con istituzioni italiane e internazionali e pubblica numerosi periodici di informazione.

www.adoc.org è il sito dell'ADOC, Associazione Nazionale per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori, degli utenti, dei risparmiatori, dei malati, dei contribuenti. Offre assistenza continua in diversi campi: salute, sicurezza alimentare, servizi bancari, assicurativi, telefonici, dei trasporti e dei gestori di energia, gas e acqua.

www.cittadinanzattiva.it è il sito di Cittadinanzattiva, movimento di partecipazione civica, riconosciuta dal Cncu (presso il Ministero dello Sviluppo Economico), che opera in Italia e in Europa per la promozione e la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori.

www.codacons.it è il sito di Coordinamento delle Associazioni per la Difesa dell'Ambiente e dei Diritti degli Utenti e dei Consumatori. Al Codacons aderiscono numerose associazioni che operano per la tutela degli utenti di numerosi servizi.

www.federconsumatori.it è il sito della Federconsumatori, associazione promossa dalla Cgil che ha come obiettivi prioritari l'informazione e la tutela di consumatori e utenti. Promuove molteplici iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, a diversi livelli: locale, nazionale ed europeo.

www.legaconsumatori.it è il sito della Lega Consumatori, movimento consumerista promosso dalle Acli, attivo con iniziative sul costo della vita, sugli infortuni domestici, sul credito, le banche, le assicurazioni e contro le forme di usura.

www.movimentoconsumatori.it è il sito del Movimento Consumatori, associazione nata nel 1985 che promuove i diritti dei consumatori come diritti civili nel mercato.

www.mdc.it è il sito del Movimento Difesa del Cittadino, movimento indipendente che opera con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, o di assistenza tramite esperti.

www.consumatori.it è il sito dell'Unione Nazionale dei Consumatori, la più antica associazione al servizio di consumatori e utenti dal 1955. È impegnata a livello nazionale ed europeo in iniziative di educazione nelle scuole, di informazione e difesa dei consumatori.

www.ivass.it è il sito dell'IVASS (Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni), Istituto che ha sostituito l'ISVAP, è una Autorità indipendente che opera per garantire la stabilità e il buon funzionamento del sistema assicurativo e la protezione dei consumatori. Sul sito dell'IVASS è presente l'elenco di tutte le imprese di assicurazione italiane, il Registro degli intermediari assicurativi.

www.consap.it è il sito della CONSAP (Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici S.p.A.), la società che ha per oggetto principale l'esercizio in regime di concessione di servizi assicurativi pubblici, nonché l'espletamento di altre attività e funzioni di interesse pubblico affidatele sulla base di disposizioni di legge, concessioni e convenzioni.

La missione istituzionale prevede, in particolare:

- la gestione dei Fondi di Garanzia e Solidarietà;
- il ruolo di Organismo di Indennizzo italiano;
- la gestione della Stanza di Compensazione.

www.conciliazioneaniaconsumatori.it è il sito dedicato alla procedura di conciliazione per le controversie r.c. auto, iniziativa concordata da ANIA e da numerose associazioni dei consumatori.

L'ASSICURAZIONE IN CHIARO

Una collana di guide per il consumatore.

Una collana di guide per conoscere da vicino il mondo delle assicurazioni e prendere confidenza con le principali soluzioni utili per la tutela del proprio benessere e della propria famiglia.

Con “L'Assicurazione in chiaro”, Forum ANIA - Consumatori intende promuovere l'informazione e la cultura assicurativa, dedicando queste guide a chi vuole capire le caratteristiche delle polizze, nei loro aspetti sia normativi che pratici, per scegliere in modo consapevole e informato la protezione adeguata alle proprie esigenze.

Fanno parte della collana i volumi dedicati all'assicurazione r.c. auto, alla distribuzione assicurativa, all'assicurazione vita, alla copertura per casa e famiglia, all'assicurazione salute, alle cosiddette polizze dormienti, alle novità determinate dal Coronavirus e alle frodi in ambito assicurativo.

Tutte le pubblicazioni sono scaricabili tramite i siti web del Forum e delle associazioni dei consumatori che ne fanno parte.





Fanno parte del Forum e sono rappresentate nel suo organo direttivo
nove associazioni dei consumatori

