



IL CODICE E I CONSUMATORI
LE NOVITÀ PER DIRITTI E DOVERI

Si completa l'adeguamento normativo
alle ultime direttive dell'Unione europea

Prevista una polizza di responsabilità civile
per gli iscritti al Registro unico elettronico

Più garanzie dai contratti

Aumentano gli obblighi formativi per gli intermediari

Informazioni «esaurienti e leggibili»

La capacità informativa assume un ruolo-chiave. L'Isvap, con la circolare 551/D ha, dal 1° marzo 2005, gettato le basi di una comunicazione trasparente indicando modalità inequivocche di comunicazione dei costi contrattuali e definendo parametri qualitativi per classificare i prodotti in funzione dei rischi.

Il "Codice" si concentra sulle informazioni per i contratti e sui ruoli dell'operatore. La parte relativa alla trasparenza contrattuale si esprime, tra l'altro, sui criteri di redazione evidenziando, ad esempio nell'articolo 165, la necessità di contratti redatti in modo chiaro ed esauriente. L'articolo 185 preannuncia poi che l'Isvap definirà «le informazioni supplementari che sono necessarie alla piena

comprensione delle caratteristiche essenziali del contratto con particolare riguardo ai costi e ai rischi del contratto e alle operazioni in conflitto di interesse». E peraltro auspicabile che l'Istituto possa recepire quelle indicazioni fornite dalla legge di riforma della previdenza del 23 agosto 2004 laddove, dedicandosi alle informazioni necessarie per poter valutare l'accantonamento del Tfr maturato presso forme previdenziali complementari, la norma richiedeva «una adeguata informazione sulla tipologia, le condizioni per il recesso anticipato, i rendimenti stimati dei fondi di previdenza complementare per i quali è ammessa l'adesione».

Più articolata nel "Codice" appare la definizione chiara del ruolo dell'operatore,

volta a presentare, con evidenza, al risparmiatore il possibile conflitto di interesse tra soluzione proposta e possibile tomanconto dell'operatore stesso. L'articolo 120, in particolare, richiede all'intermediario di esplicitare se opera in base ad analisi imparziali o a obblighi contrattuali con imprese di assicurazione. Ricompare, esplicito, il richiamo a quella attività di consulenza che costituisce, qui come nel dominio dell'intermediazione finanziaria, oggetto di profonde riflessioni. L'attenzione per la trasparenza sui conflitti di interesse è ribadita ulteriormente nelle regole di comportamento dell'articolo 183, che si esprimono, come è ovvio, anche sull'esecuzione del contratto e non solo nell'offerta.

fisiche e le società che intendono iscriversi al registro (agenti, mediatori, banche e Sim) devono stipulare una polizza di assicurazione della responsabilità civile «per danni arrecati da negligenze ed errori professionali propri ovvero da negligenze, errori professionali ed infedeltà dei dipendenti, dei collaboratori o delle persone del cui operato deve rispondere a norma di legge».

Il Codice, poi, interviene sul danno non risarcito dall'intermediario, attraverso il Fondo di Garanzia — articolo 115 — «costituito presso la Consap per risarcire il danno patrimoniale causato agli assicurati e alle imprese di assicurazione o di riassicurazione che non sia stato risarcito dal intermediario o non sia stato indennizzato attraverso la polizza di responsabilità civile già citata». Il senso forte della componente "sanzionatoria" va tuttavia riscontrata all'articolo 119, secondo cui l'impresa risponde direttamente dell'operato dei propri operatori, incentivando ulteriormente la selezione della forza vendita e il controllo sul loro operato.

Il Codice che entrerà in vigore il prossimo 1° gennaio 2006 andrà ad incidere profondamente su alcuni aspetti che riguardano i doveri che attengono al ruolo dell'intermediario nel suo rapporto con il consumatore e con il diritto di quest'ultimo ad un'informazione dettagliata e soddisfacente del prodotto assicurativo. Tuttavia, parlare di questi aspetti all'interno del Codice non può trascurare il rapporto con altri regolamenti, elaborati in questi mesi e che si occupano della traduzione in comportamenti e correttezza in comportamenti.

I cambiamenti ai quali il consumatore e l'intermediario assicurativo assisteranno nei prossimi mesi sono molti. Le nuove norme si esprimono su:

- l'intermediario
- come si analizzano i bisogni del risparmiatore
- quali informazioni sono dovute al risparmiatore
- quali prodotti possono essere fabbricati e collocati
- quali compiti vengono attribuiti alla vigilanza

L'articolo 106 del Codice definisce una attività di intermediazione che comprende il

«presentare o proporre prodotti assicurativi e riassicurativi o nel prestare assistenza e consulenza finalizzate a tale attività». Verrebbe pertanto in qualche modo prefigurata l'attività di consulenza che, in quanto prevista dal regolamento, diverrebbe dunque soggetta a regole e vigilanza tipiche delle attività di vendita. Il "consulente" tuttavia non è figura espressamente

prevista nell'articolo 109, che descrive le figure obbligate all'iscrizione nel registro unico elettronico contenuto nella Direttiva 2002/92/Ce del 9 dicembre 2002. Con tutta probabilità, dunque, il riferimento è ad una consulenza strumentale, fornita da un intermediario che opera comunque in collaborazione con un'impresa assicurativa (anche banca o Sim) e non alla consulenza

indipendente. L'intermediario, in ogni caso, ha obblighi di competenza, correttezza e trasparenza.

Sul primo versante, il Codice si affianca alla disposizione Isvap 533/D che sanciva l'obbligatorietà dei processi formativi per le reti commerciali. Dipendenti, collaboratori, produttori, addetti all'intermediazione devono frequentare corsi di formazione

professionale realizzati a cura delle imprese o degli intermediari assicurativi ed ottenere attestato di esito positivo. Viene poi ribadita la necessità di un esame per coloro che intendono svolgere la professione di agente o di broker di assicurazione.

Sul fronte della correttezza, a salvaguardia del consumatore, gli articoli 110 e 112 stabiliscono che le persone

Più che sulle descrizioni delle varie forme produttive e dei "rami", l'articolo 119 si esprime sull'antica questione del rapporto tra canale distributivo e completezza del prodotto. Possono essere distribuiti, attraverso banche, Sim e Poste, esclusivamente i prodotti assicurativi ai quali accedono garanzie o clausole predeterminate e rimesse alla libera scelta dell'assicurato, ma soprattutto inalterabile da parte del soggetto incaricato della distribuzione. Concretamente, questo significa rimarcare che i soggetti non propriamente assicurativi possono collocare un prodotto assicurativo, intendendo come tale uno strumento "fornito" presso la compagnia, personalizzabile nelle quantità ma non modificabile nella qualità. Mentre ad assicuratori e mediatori è riservata la possibilità di partecipare alla modifica delle garanzie o delle clausole. Agli assicuratori è riservata, dunque, la facoltà di creare un pro-

Spazio alle richieste del cliente

dotto che in precedenza non esisteva. Questo tema, che in passato era stato più volte sollevato per comprendere fino a che punto gli sportelli bancari potevano spingersi oltre i prodotti non standardizzati, viene chiarito con la definizione di «modificabilità di garanzie e clausole».

I bisogni. La coerenza tra bisogni e soluzioni offerte si incardina all'articolo 120, che riassume le disposizioni sia dalla Direttiva 2002/92/Ce che dalla circolare Isvap 551/D. La direttiva comunitaria aveva stabilito che «previamente alla conclusione di qualsiasi contratto, l'intermediario assicurativo deve, basandosi in particolare sulle informazioni fornite dal consumatore, quanto meno precisare le richieste e le esigenze di tale consumatore e le ragioni su cui si fonda qualsiasi consulenza fornita su un determinato prodotto». La cir-

colare Isvap 551/D, supportata dalle interazioni con Ania e con il mercato, in pratica, vincola a considerare la coerenza tra domanda e offerta tramite un questionario per verificare la sostenibilità economica del contratto e la sua efficacia rispetto ai bisogni, sia sui rischi che su presta-

Per gli operatori la facoltà di personalizzare le clausole

zioni e modalità dei versamenti. Il nuovo "Codice" si limita a rimarcare che l'intermediario, «anche in base alle informazioni fornite al contraente, propone o consiglia un prodotto adeguato alle sue esigenze». Presumendo che anche significhi "non solo ma anche", il Codice non sem-

bra aggiungere molto al grande sforzo compiuto in questi mesi da mercato e vigilanza e che pare incontra molte difficoltà nella trasposizione dal livello formale a quello sostanziale. Indagare, infatti, la sostenibilità di un contratto nel futuro (potrà il risparmiatore versare domani ciò che si richiede oggi?) e la coerenza tra tempi, rischi, esigenze soggettive e oggettive significa stabilire griglie interpretative che rischiano, per automatismo, di escludere soluzioni efficaci e coerenti solo per difficoltà progettuali connesse a questionario e interpretazioni.

La Vigilanza. I destinatari sono sia le imprese che gli intermediari. Gli articoli 188 e 189 allargano il campo ai soggetti che svolgono funzioni parzialmente comprese nel ciclo operativo delle imprese stesse e

a quelli che svolgono attività riservate privi di autorizzazione.

Alla vigilanza competono (articolo 3) «la trasparenza e la correttezza dei comportamenti delle imprese, degli intermediari e degli altri operatori del settore assicurativo, avendo riguardo all'efficienza, alla competitività e al buon funzionamento del sistema assicurativo, alla tutela degli assicurati e degli altri aventi diritto a prestazioni assicurative, all'informazione e alla protezione dei consumatori». Questa formulazione può anticipare una vigilanza orientata a descrivere oltre che a controllare e forse più vicina a ciò che Consob svolge in Italia e Fsa nel Regno Unito. Anche se Fsa, avendo uniformato il controllo su mutui, investimenti e assicurazioni, ha avviato un percorso "dal prodotto al risparmiatore" che nel nostro Paese dovrà prima coinvolgere il mercato e poi le normative.