

REGOLE IVASS IN ARRIVO

Come saranno le nuove polizze tagliate su misura per il cliente

di Anna Messia

ASSICURAZIONI A fine marzo entrerà in vigore la nuova stretta Ivass per creare prodotti Danni e Vita più trasparenti e adeguati ai clienti. Ma tra compagnie e agenti è guerra di dati. Lo Sna si rivolge al Tar

La polizza è su misura

LE NOVITÀ IVASS INTRODOTTE CON IL NUOVO REGOLAMENTO 45

Entrerà in vigore il 31 marzo

- ◆ **Pog, product oversight governance, più stringente con l'indicazione analitica degli elementi da considerare per l'individuazione del target market, il mercato di riferimento dei clienti. Dettaglio dei processi di monitoraggio e revisione e relativo ventaglio di misure correttive**
- ◆ **Rafforzamento del ruolo della funzione di compliance nella verifica delle procedure e delle misure in materia di governo e controllo del prodotto**
- ◆ **L'Ivass nel regolamento aveva previsto il divieto di vendita del prodotto in caso di cliente fuori target. Nella formulazione definitiva l'autorità italiana si è allineata alle posizioni di Eiope e ha eliminato il divieto ma diverse compagnie hanno comunque introdotto il divieto in capo ai loro distributori**
- ◆ **Introduzione del target market effettivo che dovrà essere elaborato dal distributore, banche, agenti e broker, e comunicato alla compagnia**
- ◆ **Disciplina dei rapporti di collaborazione tra agenti e agenti-broker (orizzontale) riguardo ai flussi informativi sui target market e in relazione alle verifiche sulla correttezza dei comportamenti dei distributori da parte della compagnia**

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

La parola d'ordine è mettersi nei panni di chi sottoscrive una polizza vita o acquista una copertura danni offrendo un prodotto che sia idoneo e adeguato, con costi trasparenti e non alti al punto da erodere il valore del prodotto. Con questo obiettivi in mente, semplici sulla carta ma per nulla banali nell'applicazione, il prossimo 31 marzo entrerà in vigore il nuovo regolamento Ivass (45/2000) sulla product oversight governance (pog). Meno di un mese per mettere a punto l'ultimo tassello di una normativa europea, partita ormai due anni fa, che punta ad aumentare la trasparenza nel mercato assicurativo e soprattutto a far sì che i prodotti acquistati rispondano agli effetti bisogni dei clienti. Con il regolamento l'autorità di controllo italiana ha introdotto nuovi e specifici obblighi rispetto alle regole europee, sia per le compagnie che operano nella Penisola sia per i distributori, ovvero agenti, banche o broker o chiunque altro collochi polizze (come rivenditori auto o agenzie di viaggio). Novità che promettono di rivoluzionare il mercato e che stanno già provocando più di qualche tensione, con gli agenti dello Sna che hanno presentato pure un ricorso al Tribunale amministrativo. «Le assicurazioni saranno chiamate a costruire i nuovi prodotti sulla base delle caratteristiche dei clienti, il cosiddetto target market, già previsto dalla normativa europea, ma il regolamento dell'Ivass dà un'indicazione analitica degli elementi da considerare per

individuare il mercato di riferimento dei clienti, oltre a fornire dettagli dei processi di monitoraggio e di revisione e il relativo ventaglio di misure correttive», dice Rudi Floreani, fondatore dello studio legale Floreani, attivo da anni nel campo del diritto delle assicurazioni. Nella definizione del mercato di riferimento, l'Ivass chiarisce per esempio che per i prodotti d'investimento, le compagnie dovranno «considerare la conoscenza teorica e l'esperienza pregressa rispetto a tali prodotti e ai mercati finanziari e assicurativi, nonché alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi dei clienti», ma dovranno anche prestare attenzione «a eventuali conflitti determinati da un modello di business redditizio per il produttore e svantaggio-

so per il cliente». L'istituto che sarà guidato dal nuovo direttore generale di Banca d'Italia, Luigi Signorini, dopo la nomina di Daniele Franco a ministro dell'Economia, ha anche introdotto il concetto di *target market effettivo*. In sostanza, le reti di distribuzione a contatto diretto con i clienti dovranno verificare che i prodotti assicurativi che intendono distribuire siano effettivamente coerenti con le esigenze e le caratteristiche delle persone cui si rivolgono. Non solo; le reti avranno anche un ruolo di garante, perché gli agenti e i broker dovranno per esempio assicurarsi che gli interessi dei clienti non siano «compromessi da pressioni commerciali o da interessi dell'intermediario», scrivono da Ivass. In pratica, gli agen-

ti e i broker (ma anche le filiali bancarie e gli altri distributori) dovranno dare concreta attuazione alle nuove norme e avranno il compito di segnalare alle imprese eventuali difformità rispetto al target market, in un flusso informativo costante. Un fenomeno tutt'altro che raro, tanto che, secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, c'è stato il caso di una compagnia che aveva creato una polizza per gli animali domestici indicando come mercato di riferimento cani e gatti vaccinati, ma aveva poi scoperto che non erano infrequenti i casi di animali da compagnia privi di vaccino, scegliendo di modificare il prodotto nell'interesse dei clienti. Ma proprio sui dati si sta creando più di qualche frizione tra

imprese e agenti che si contendono le informazioni sui clienti, indispensabili per capire se un prodotto sia effettivamente adatto alle sue esigenze. Da una parte gli agenti si rendono conto che, specie nell'era di Internet e dell'intelligenza artificiale, il vero valore del business è proprio nei dati degli assicurati e sono desiderosi di mantenere una relazione esclusiva; dall'altra per le imprese sarebbe impossibile applicare il nuovo regolamento «pog» senza avere informazioni più dettagliate sui clienti. Un equilibrio piuttosto complicato. «Le assicurazioni e gli agenti dovranno considerare gli impatti della nuova disciplina rispetto ai propri accordi sui dati», spiega Floreani, aggiungendo che uno dei più recenti accordi che tiene conto della nuova normativa è quello firmato dal gruppo agenti Reale Mutua. Non solo. Ivass ha regolato anche il fenomeno dei flussi informativi che devono essere assicurati in caso di collaborazione tra agenti di diverse compagnie, o tra agenti e broker, e pure su questo ultimo punto non mancano le frizioni. Gli agenti vogliono tenere riservati, agli occhi delle proprie imprese, eventuali rapporti collaborativi aperti con altre compagnie, con lo Sna presieduto da Claudio Demozzi che sulla questione ha presentato ricorso al Tar. (riproduzione riservata)

MILANO FINANZA
Azioni e bond per ballare di meno
Affare Vaccino
Quelle azioni e fondi congrue per investire davanti alla crisi

La polizza è su misura
Il nuovo regolamento Ivass: quali rischi e opportunità
Se la finanza francese e tedesca ora sbarcano nella City