FORUM ANIA CONSUMATORI

difesa del cittadino

L'ASSICURAZIONE IN CHIARO

# Conoscere CHI ASSICURA

FORUM ANIA CONSUMATORI

I testi del volume sono tratti dai contenuti della piattaforma informatica www.formazioneaniaconsumatori.it, realizzata per la formazione a distanza degli operatori e dei quadri delle associazioni dei consumatori.

I contenuti di tale piattaforma sono stati sviluppati da un apposito Gruppo di lavoro a cui partecipano le Associazioni dei consumatori aderenti all'accordo ANIA-Consumatori sulla formazione in materia assicurativa: Acu, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Casa del Consumatore, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori.

Responsabile del progetto
Giacomo Carbonari

Coordinamento redazionale, editoriale, testi, editing e grafica
Roberto Bagnoli
Stefano Montanari
Matteo Avico
Chiara Molaroni
Donatella Novelli

Contenuti aggiornati a febbraio 2015
Anno di pubblicazione 2015

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 e dei canali attraverso cui è possibile ricevere informazioni, consigli, acquistare una copertura assicurativa.*

*Agli intermediari "storici", agenti e broker, si affiancano oggi numerosi altri canali distributivi, quali gli sportelli bancari e postali, i promotori finanziari, la vendita a distanza attraverso telefono o internet.*

*Questa varietà si può tradurre in un beneficio per il consumatore, che ha l'opportunità di scegliere il canale che meglio risponde alle sue esigenze.*

*Sulla base di questi presupposti, il volume si prefigge di spiegare al consumatore chi può vendere assicurazioni e come deve farlo, illustrando le norme che regolano la commercializzazione dei prodotti assicurativi e fornendo tutte le informazioni utili per affrontare con maggiore consapevolezza il processo di acquisto di una polizza.*

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

A seguire i temi principali trattati finora dal Forum.

## Divulgazione e cultura assicurativa

Il Forum ANIA - Consumatori realizza la collana di guide assicurative *"L'assicurazione in chiaro"*, di cui fa parte il presente volume, con l'obiettivo di illustrare con un linguaggio semplice e concreto i temi assicurativi di maggiore interesse ai cittadini. Inoltre, il Forum realizza attività di formazione continuativa in tema di assicurazioni per gli operatori e i quadri delle associazioni dei consumatori. Con particolare attenzione per il mondo della scuola, il Forum sviluppa anche lo schema educativo *"Io & i rischi"* (www.ioeirischi.it), un progetto di educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale rivolto alle famiglie e agli studenti, con il coinvolgimento dei docenti e delle istituzioni scolastiche. Questa iniziativa è finalizzata a sensibilizzare i giovani sul tema del rischio e a spiegare loro come gestirlo, attraverso la prevenzione e la mutualità.

## Il 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, sviluppa un monitoraggio costante sui fattori che causano la vulnerabilità economica delle famiglie italiane, realizzando queste attività in partnership con i maggiori centri di ricerca sociale e con le più prestigiose università nazionali. Il Forum ANIA - Consumatori partecipa, inoltre, a un laboratorio di ricerca *"Percorsi di secondo welfare"* che si propone di ampliare e diffondere il dibattito sulle esperienze innovative nel campo del welfare.

## Assicurazione r.c. auto

Assicuratori e consumatori hanno condotto un'approfondita analisi sui fattori che determinano i costi complessivi del sistema risarcitorio e dei prezzi dell'assicurazione r.c. auto. Frutto di questo lavoro è la posizione comune *"Assicurazione r.c. auto. Proposte di intervento finalizzate al contenimento dei costi e dei prezzi"*, in cui si avanzano concrete proposte alle istituzioni finalizzate ad abbattere i costi impropri che gravano sulla r.c. auto.

La sistematicità del confronto tra le parti all'interno del Forum ANIA - Consumatori consente, inoltre, di affrontare con immediatezza ogni altro tema rilevante per imprese e consumatori.

www.forumaniaconsumatori.it

# INDICE


**1 Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo. pag. 6**
- 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 Gli obblighi dell'intermediario. pag. 10**
- La fase pre-contrattuale
- Modello 7A: gli obblighi di comportamento nei confronti del cliente
- Modello 7B: le informazioni da fornire al cliente prima della proposta di polizza
- Informazioni e assistenza per il cliente

**3 L'adeguatezza dei prodotti assicurativi. pag. 14**
- Come nasce un contratto assicurativo
- L'adeguatezza nell'offerta di polizze danni
- Polizza danni: la verifica di adeguatezza da parte dell'intermediario
- L'adeguatezza nell'offerta di polizze vita
- Il questionario per il cliente nelle polizze vita
- Le informazioni richieste al cliente
- Se il cliente non risponde

**4 La trasparenza dei prodotti assicurativi. pag. 24**
- Obblighi informativi
- Il Fascicolo informativo delle polizze vita
- Il Fascicolo informativo delle polizze danni
- La consegna della documentazione al cliente
- L'informativa per le polizze collettive
- L'informativa per le polizze r.c. auto
- Regole generali per la pubblicità sui prodotti assicurativi

**5 I contratti assicurativi a distanza.** pag. 30

- Come devono essere promossi e venduti
- Le regole relative ai call center
- L'informativa pre-contrattuale
- La verifica di adeguatezza
- La trasmissione della documentazione al cliente
- La vendita telefonica da parte delle imprese
- La vendita su internet delle imprese
- Le comunicazioni commerciali non richieste dal cliente
- Le comunicazioni commerciali con il consenso del cliente
- La vendita a distanza da parte degli intermediari

**6 I rapporti assicurativi via web.** pag. 40

- L'area on-line riservata al cliente
- La comunicazione alla clientela
- Accesso alle aree riservate
- Accesso con determinate tipologie di polizza

**7 Domande e risposte.** pag. 46

**Link utili.** pag. 56

# Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo.

1

Vendere polizze di assicurazione significa svolgere l'attività d'intermediazione assicurativa.

Secondo l'articolo 106 del Codice delle Assicurazioni la proposta o l'attività di consulenza finalizzata alla sottoscrizione di contratti assicurativi, realizzata dietro compenso, costituisce attività d'intermediazione assicurativa.

## Il Registro Unico degli Intermediari Assicurativi e Riassicurativi (RUI)

Lo svolgimento dell'attività d'intermediazione assicurativa è subordinato all'iscrizione nel **Registro Unico degli Intermediari Assicurativi e Riassicurativi** (RUI), tenuto dall'IVASS (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni, che ha ereditato le funzioni dell'ISVAP). Il Registro contiene tutti i dati dei soggetti, residenti o con sede legale in Italia, che svolgono tale attività ed è liberamente consultabile da chiunque sul sito **www.ivass.it**.

La proposta o la consulenza finalizzata alla sottoscrizione di polizze e realizzata dietro compenso costituiscono attività d'intermediazione assicurativa.

## Chi sono gli intermediari assicurativi

Gli intermediari assicurativi sono classificati dal RUI in cinque catego-

rie e sono iscritti in specifiche sezioni del Registro: **Agenti** (sezione A), **Broker** (B), **Produttori diretti** (C), **Banche, SIM Società d'Intermediazione Mobiliare, Società d'Intermediari Finanziari e Poste Italiane** (D), **Dipendenti, produttori e collaboratori degli intermediari** (E).

*L'IVASS è l'Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni che il 1° gennaio 2013 è subentrato all'ISVAP. Ha il compito di controllare l'operato delle compagnie di assicurazione, esaminare i reclami degli assicurati e dei terzi e verificare l'osservanza delle leggi e dei regolamenti da parte delle compagnie di assicurazione.*

## Agenti e Broker

Gli **Agenti** agiscono in nome e per conto di una o più imprese di assicurazione, da cui ricevono un mandato di agenzia. Se l'agente opera in nome e per conto di una impresa si definisce **monomandatario**; se invece opera in nome e per conto di più imprese, si definisce **plurimandatario**. Al 31 dicembre 2014 risultano iscritte alla sezione A del RUI 25.532 persone fisiche e 9.518 società.

I **Broker (o Mediatori)** agiscono invece su incarico del cliente

e non hanno poteri di rappresentanza delle imprese di assicurazione. Al 31 dicembre 2014 risultano iscritte alla sezione B del RUI 4.014 persone fisiche e 1.558 società.

## Altri intermediari assicurativi

Accanto ad Agenti e Broker, l'attività d'intermediazione assicurativa può essere svolta anche da:

- **Produttori diretti**, che operano soltanto nei rami vita, infortuni e malattia esclusivamente e sotto la piena responsabilità di un'impresa di assicurazione; possono anche lavorare part-time rispetto all'attività svolta a titolo principale. Al 31 dicembre 2014 risultano iscritte alla sezione C del RUI 7.252 persone fisiche.
- **Banche, SIM Società d'Intermediazione Mobiliare, Società d'Intermediari Finanziari e Poste italiane**, vendono prodotti assicurativi standardizzati (le cui clausole non sono quindi modificabili dal soggetto incaricato della distribuzione), in base a un accordo sottoscritto direttamente con un'impresa assicuratrice. Al 31 dicembre 2014 risultano iscritte alla sezione D del RUI 639 società.
- **Dipendenti, produttori e collaboratori degli intermediari** (Agenti e Broker, oppure Banche, SIM, Società di Intermediari Finanziari e Poste Italiane), che svolgono l'attività al di fuori dei locali dell'intermediario principale con cui collaborano. Al 31 dicembre 2014 risultano iscritte alla sezione E del RUI 183.437 persone fisiche e 12.225 società.

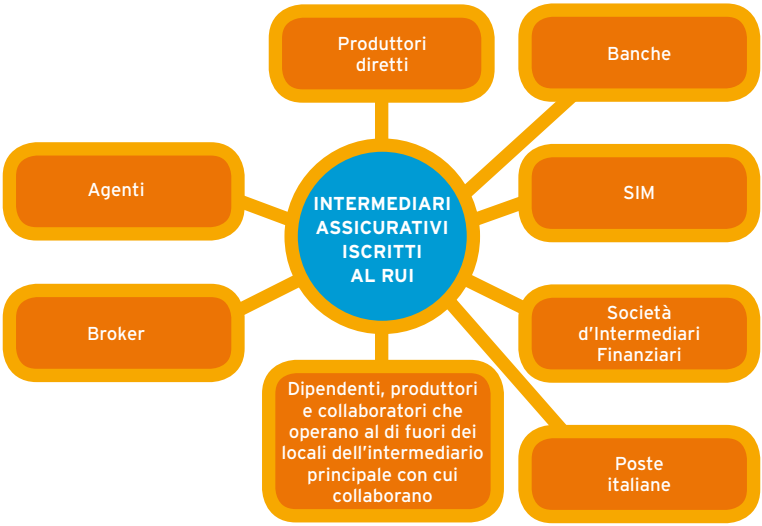
L'iscrizione al RUI da parte dei diversi soggetti richiede una serie di requisiti, fra i quali l'onorabilità, la professionalità e la formazione adeguata.

Inoltre, in linea con quanto stabilito dalla normativa europea, anche gli intermediari stranieri possono esercitare l'attività

d'intermediazione assicurativa nel nostro Paese.
Nel RUI, infatti, è pubblicato l'elenco degli intermediari che appartengono a Paesi dell'Unione Europea (7.835 alla data del 31 dicembre 2014) in possesso dell'autorizzazione a operare sul nostro territorio nazionale.

## Addetti alla vendita di prodotti assicurativi

Quando una persona si reca all'interno di un'agenzia assicurativa, oppure in banca o alle Poste, può sottoscrivere un contratto assicurativo propostogli da soggetti che non sono intermediari. Si tratta dei **dipendenti delle agenzie assicurative, di sportellisti bancari e postali che lavorano all'interno dei locali dell'intermediario principale da cui dipendono** (Agenti, Broker, Banche, SIM, Società di Intermediari Finanziari e Poste Italiane). La normativa vigente non impone a tali soggetti l'iscrizione al RUI, ma richiede il possesso dei medesimi requisiti di formazione, aggiornamento professionale e onorabilità degli intermediari iscritti al Registro.



# Gli obblighi dell'intermediario.

**Gli intermediari sono tenuti a osservare una serie di obblighi finalizzati a facilitare una scelta consapevole da parte dei consumatori.**

## La fase pre-contrattuale

L'offerta di un contratto assicurativo consiste in un'attività di consulenza che l'intermediario fornisce al cliente presentando e proponendo una polizza assicurativa.

In questa fase, definita pre-contrattuale, l'intermediario ha innanzitutto l'obbligo di consegnare al cliente il **Modello 7A** e il **Modello 7B**: documenti che descrivono analiticamente i suoi obblighi di comportamento e informano il cliente in merito alle regole e alla natura del rapporto che andrà a instaurare con l'intermediario.

## Modello 7A: gli obblighi di comportamento nei confronti del cliente

Il Modello 7A elenca i principali obblighi di comportamento cui è tenuto l'intermediario nei confronti del cliente. In particolare, con questo modulo, il cliente viene informato che l'intermediario deve:

- illustrare in modo corretto gli elementi essenziali del contratto;
- offrire al cliente contratti adeguati alle sue esigenze assicurative, acquisendo ogni informazione utile al riguardo;

- informare il cliente che il suo rifiuto di fornire le informazioni richieste può pregiudicare la possibilità d'individuare il contratto più adeguato alle sue esigenze;
- consegnare la documentazione pre-contrattuale e contrattuale;
- illustrare i diversi mezzi di pagamento del premio.

## Modello 7B: le informazioni da fornire al cliente prima della proposta di polizza

Il Modello 7B riguarda le informazioni che l'intermediario è tenuto a comunicare al cliente prima della sottoscrizione della proposta, cioè:

- le informazioni personali dell'intermediario stesso;
- le informazioni relative a potenziali situazioni di conflitto d'interesse;
- le informazioni che si riferiscono al contratto assicurativo proposto;
- le informazioni relative agli strumenti di tutela del cliente.

Prima della sottoscrizione del contratto, l'intermediario deve raccogliere dal cliente tutte le informazioni utili per una scelta assicurativa adeguata.

*Il CONTRATTO DI ASSICURAZIONE è il contratto mediante il quale la compagnia di assicurazione, dietro il pagamento di un premio, si impegna a rivalere l'assicurato, entro i limiti convenuti, del danno a esso prodotto da un sinistro (nelle assicurazioni contro i danni) o a pagare un capitale o una rendita al verificarsi di un evento attinente la vita umana, all'assicurato o al beneficiario designato (nelle assicurazioni vita).*
*La POLIZZA è il documento contrattuale che prova e disciplina i rapporti tra compagnia, contraente e assicurato ed è costituito dal Modulo di polizza ed eventuali appendici.*

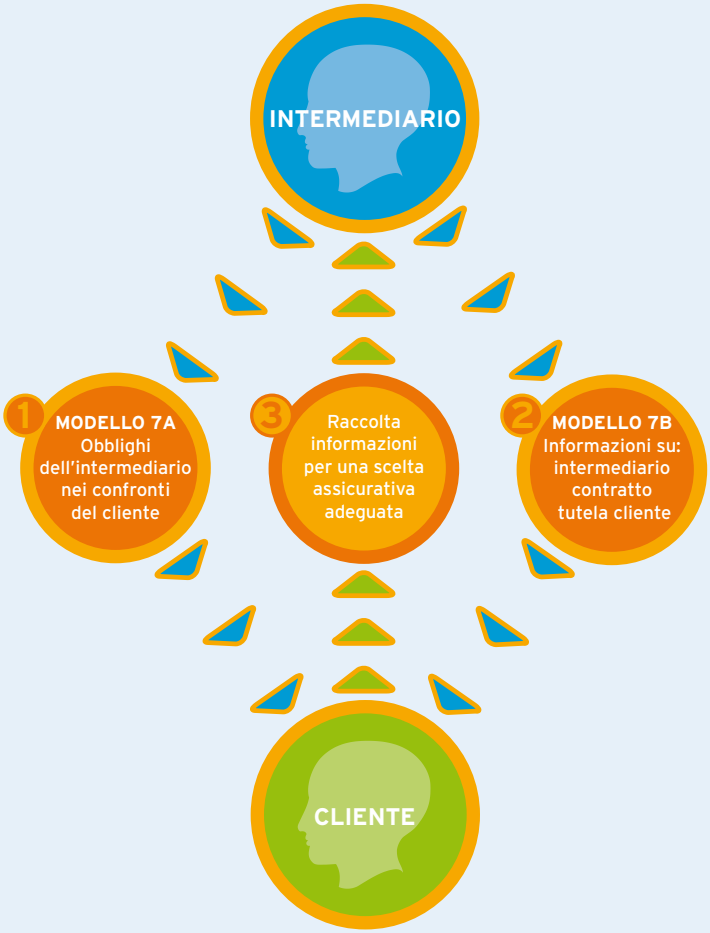
## Informazioni e assistenza per il cliente

Prima della sottoscrizione del contratto, l'intermediario deve raccogliere dal cliente ogni informazione utile per valutare l'adeguatezza del contratto proposto, relativamente alle sue esigenze assicurative e previdenziali.
L'intermediario in questa fase deve:

- fornire informazioni chiare, corrette ed esaustive al cliente;
- misurare le sue reali esigenze assicurative;
- svolgere un'attività di consulenza professionale, che si realizza attraverso una corretta analisi di adeguatezza del prodotto che intende offrire al cliente stesso.

L'intermediario deve conservare traccia documentale delle informazioni ricevute dal contraente, ritenute utili in funzione delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.

## LA FASE PRE-CONTRATTUALE



# L'adeguatezza dei prodotti assicurativi.

**Per proporre un prodotto assicurativo adeguato, è necessario che l'intermediario valuti le effettive esigenze del cliente.**

## Come nasce un contratto assicurativo

La stipula di un contratto assicurativo può essere considerata come un processo che parte dalla richiesta del cliente. Prosegue con l'individuazione e l'indicazione delle esigenze e degli obiettivi che spingono quest'ultimo ad acquistare un prodotto assicurativo e richiede, da parte dell'intermediario a cui il cliente si è rivolto, una valutazione generale sulle esigenze del cliente e sulle disponibilità economiche che lo stesso intenda investire.

Il processo si conclude, infine, con l'offerta da parte dell'intermediario di una **polizza adeguata** e con l'eventuale **perfezionamento del contratto** firmato dal cliente.

## L'adeguatezza nell'offerta di polizze danni

La verifica di adeguatezza aiuta l'intermediario e il cliente a comprendere il reale obiettivo che il cliente stesso si propone di raggiungere acquistando un contratto assicurativo.

Quest'analisi dovrebbe permettere all'intermediario di offrire un prodotto che possa realmente corrispondere alle esigenze dichiarate dal consumatore.

Nel corso di questa fase esplorativa, l'intermediario deve **individuare l'evento, futuro e incerto, contro cui il cliente vuole tutelarsi** attraverso la polizza.

Facciamo qualche esempio: la protezione del patrimonio da richieste di risarcimento per danni cagionati a terzi; la protezione di beni personali da eventuali rischi, quali furto o incendio o la tutela della propria persona o del nucleo familiare in caso d'infortunio o malattia.

## Polizza danni: la verifica di adeguatezza da parte dell'intermediario

Nel valutare l'adeguatezza della polizza danni, l'intermediario deve considerare diversi fattori, quali ad esempio:

- la possibile esistenza di altre coperture in corso e la loro tipologia, in modo da evitare che venga offerta una copertura analoga a quella che il cliente possiede già (facciamo il caso delle polizze collettive infortuni o malattia per i dipendenti, che prevedano il rimborso delle spese di cura all'intero nucleo familiare. Il coniuge del dipendente, in questo caso, avrà interesse a sottoscrivere una polizza analoga che tra le garanzie prestate preveda quella d'invalidità permanente;

non sarà invece interessato al rimborso delle spese di cura, perché questo è già compreso nell'altro contratto);
- gli eventuali altri soggetti da tutelare (per esempio, una "polizza caso morte" è adeguata solo quando il contraente abbia dichiarato di avere soggetti da tutelare, quali eredi o altri familiari a carico, o eventuali altri beneficiari);
- la valutazione delle disponibilità economiche che il cliente intende investire nel contratto assicurativo.

*È bene sapere che le voci elencate sono esemplificative: ogni impresa può integrarle e modificarle in funzione delle specifiche caratteristiche del proprio contratto.*

La polizza proposta deve avere una durata in linea con le esigenze e le richieste del cliente: quest'informazione potrebbe facilitare la sua consapevolezza in merito alla necessità di rinnovare il contratto, oppure esercitare il diritto di recesso o dare disdetta.

L'intermediario, inoltre, dovrà spiegare al cliente **in maniera chiara ed esaustiva i contenuti del contratto**, specificando eventuali franchigie, scoperti e rivalse, nonché evidenziando i massimali.

Per le polizze r.c. auto, tali informazioni vengono comunicate al cliente anche nelle condizioni di assicurazione o nella Nota Informativa pre-contrattuale.

Nelle polizze malattia vengono in particolare evidenziate le informazioni relative ai periodi di carenza e, in generale, quelle che definiscono i termini di erogazione delle prestazioni assicurative.

*CARENZA è un periodo, successivo alla stipulazione della polizza, durante il quale la garanzia non è operante. Ad esempio, nelle polizze sanitarie serve a evitare che la compagnia debba rimborsare malattie preesistenti alla firma del contratto.*

*ESCLUSIONI sono i casi, che devono essere specificati in polizza, in cui la garanzia non opera e il cliente non ha quindi diritto alla prestazione prevista.*

*FRANCHIGIA è la quota di danno, prevista dalla polizza ed espressa in valore assoluto o in percentuale, che in caso di sinistro non viene rimborsata dalla compagnia e quindi rimane a carico dell'assicurato.*

*MASSIMALE è l'ammontare massimo che può essere risarcito all'assicurato in caso di sinistro.*

*DIRITTO DI RIVALSA è la facoltà della compagnia assicuratrice di chiedere al proprio assicurato il rimborso dell'indennizzo versato al terzo danneggiato. Nel caso di polizze r.c. auto, i casi più comuni sono: guida dell'assicurato in stato di ebbrezza o sotto l'effetto di sostanze stupefacenti, guida senza patente (o con patente scaduta), guida di un veicolo con motore truccato o con pneumatici non omologati.*

## L'adeguatezza nell'offerta di polizze vita

Nel caso delle polizze vita, gli intermediari devono richiedere al cliente informazioni personali, con specifico riferimento all'età, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione finanziaria e assicurativa, alla propensione al rischio e alle aspettative del cliente in relazione alla sottoscrizione della polizza, considerando i termini di copertura, la durata e gli eventuali rischi finanziari connessi alla conclusione del contratto.

Per la proposta di un contratto vita adeguato sono richieste al cliente una serie di informazioni personali.

Tutto ciò è finalizzato all'individuazione, da parte dell'intermediario, di quei prodotti che risultino adeguati alle esigenze finanziarie e assicurative che sono state espresse dal cliente.

## Il questionario per il cliente nelle polizze vita

Le informazioni relative alle caratteristiche del cliente vengono raccolte attraverso un **questionario per la valutazione dell'adeguatezza del contratto**, che dev'essere compilato dallo stesso cliente con l'aiuto dell'intermediario al momento dell'offerta di una polizza vita, oppure semplicemente aggiornato in caso di proposta di contratto a un cliente che abbia già precedentemente compilato tale questionario.
L'intermediario deve conservare traccia documentale del modulo sottoscritto dal cliente e degli eventuali aggiornamenti.

## Le informazioni richieste al cliente

Le informazioni che vengono generalmente richieste al cliente tramite un questionario sono:

A. anagrafiche;
B. relative allo stato occupazionale;
C. relative ai soggetti che il contratto assicurativo deve proteggere (es. familiari o altre persone che potrebbero essere incluse nella polizza);
D. gli eventuali contratti di assicurazione già esistenti;
E. le disponibilità finanziarie del cliente;
F. le informazioni sulle aspettative circa il contratto da sottoscrivere, con riguardo agli obiettivi relativi al contratto stesso;

**G.** l'orizzonte temporale dell'investimento (quale durata il cliente desidera per il contratto);

**H.** la propensione al rischio del cliente.

*È bene sapere che le voci qui sopra elencate sono esemplificative: ogni impresa può integrarle e modificarle in funzione delle specifiche caratteristiche del proprio contratto.*

### A. Le informazioni anagrafiche

Le informazioni anagrafiche riguardano per esempio il nominativo e l'età del cliente.

Il nome e cognome sono necessari per l'identificazione del cliente; l'età o la data di nascita, invece, sono necessarie per valutare l'orizzonte temporale e gli obiettivi assicurativi e previdenziali che il cliente si propone di perseguire.

### B. Le informazioni sullo stato professionale

L'intermediario potrà richiedere informazioni sullo stato professionale del cliente domandandogli, per esempio, se è:

- un lavoratore dipendente con contratto a tempo indeterminato o temporaneo, di collaborazione coordinata e continuativa, a progetto, interinale, ecc.;
- un libero professionista;
- un pensionato;
- un discoccupato.

Tali informazioni concorrono, insieme alle altre fornite dal cliente, a delinearne un profilo complessivo e a verificare se potrà soddisfare gli impegni contrattuali assunti.

### C. Le informazioni sui soggetti da tutelare

Queste informazioni si riferiscono all'eventuale nucleo familiare del cliente o ad altri soggetti da tutelare che potrebbero

essere inclusi nella copertura prevista dalla polizza.
Per esempio, al cliente potrà essere richiesto se:

- ha altri soggetti che intende tutelare;
- ha carichi familiari.

## D. Le informazioni sulla situazione assicurativa del cliente

Queste informazioni sono relative alle coperture assicurative eventualmente già in possesso del cliente. Potrebbe essergli richiesto quale tipologia di contratto possiede, per esempio:

- una polizza risparmio/investimento;
- una polizza di previdenza/pensione complementare;
- una polizza per la protezione assicurativa contro determinati rischi come morte, invalidità, malattie gravi, perdita dell'autosufficienza nella vita di tutti i giorni. Quest'ultima esigenza può essere soddisfatta attraverso le polizze LTC (Long Term Care, cioè assistenza di lunga durata).

> Conoscere eventuali coperture assicurative in possesso del cliente consente di offrirgli un contratto adeguato.

Queste informazioni servono per valutare il complesso delle coperture in possesso del cliente ed evitare l'accumulo di prestazioni assicurative simili tra loro.

## E. Le informazioni sulla situazione finanziaria del cliente

Si riferiscono alle disponibilità finanziarie e patrimoniali del cliente e quindi alla sua capacità immediata d'investimento o di risparmio. Queste informazioni potranno essere integrate dall'intermediario con l'indicazione dell'eventuale sviluppo futuro della situazione reddituale/patrimoniale del cliente.

## F. Le informazioni sulle aspettative del cliente in relazione al contratto

L'intermediario può richiedere al cliente quale dei seguenti obiettivi intenda perseguire, per esempio:

- risparmio/investimento;
- previdenza/pensione complementare;
- protezione assicurativa contro determinati rischi come morte, invalidità, malattie gravi, perdita dell'autosufficienza nella vita di tutti i giorni.

Inoltre, può richiedere al cliente il modo in cui intenda realizzare gli obiettivi prefissati in termini di frequenza ed entità dei versamenti, per esempio mediante versamento unico oppure attraverso versamenti periodici (importo predeterminato e flessibile).

## G. Orizzonte temporale dell'investimento

Al cliente può essere richiesto di esprimere l'orizzonte temporale in cui intende perseguire gli obiettivi del contratto, attraverso l'indicazione di diversi intervalli, per esempio:

- breve (minore o uguale a 5 anni);
- medio (6-10 anni);
- lungo (maggiore di 10 anni).

## H. Propensione al rischio del cliente

Il concetto di propensione al rischio indica invece quali possono essere le **aspettative del cliente** in termini di rendimento dell'investimento.

L'intermediario cercherà quindi di comprendere se il cliente preferisce conservare il capitale investito o vederlo crescere e quale sia la sua predisposizione a eventuali perdite (per esempio, se è disposto ad accettare rendimenti modesti ma

sicuri nel tempo, oppure se preferisce massimizzare la redditività dell'investimento nella consapevolezza che ciò comporta il rischio di perdere una parte del capitale investito).

## Se il cliente non risponde

È possibile che il cliente si rifiuti di fornire informazioni o non sappia rispondere ad alcune domande del questionario: in questo caso, il cliente dovrà sottoscrivere una dichiarazione che verrà poi allegata alla proposta di contratto. A seguito del rifiuto del cliente, l'intermediario è comunque tenuto a effettuare la valutazione di adeguatezza sulla base delle rimanenti risposte a lui fornite.

Se il contratto offerto non risulta adeguato - per qualsiasi tipo di ragione - ma il cliente intende comunque procedere alla sua sottoscrizione, l'intermediario e il cliente dovranno sottoscrivere una dichiarazione congiunta in cui si precisa che il primo ha informato il cliente dei principali motivi per i quali, sulla base delle informazioni raccolte, la proposta non risulta adeguata alle esigenze assicurative.
Il cliente, inoltre, dovrà dichiarare di voler comunque procedere alla stipulazione del contratto. Anche questa dichiarazione verrà allegata alla proposta di contratto.

*Esempi:*

### *DICHIARAZIONE DA PARTE DEL CLIENTE DI RIFIUTO DI FORNIRE UNA O PIÙ DELLE INFORMAZIONI RICHIESTE*

> *"Dichiaro di non voler fornire una o più delle informazioni richiestemi, nella consapevolezza che ciò pregiudica la valutazione dell'adeguatezza del contratto alle mie esigenze assicurative."*

### *DICHIARAZIONE DI VOLONTÀ DI ACQUISTO IN CASO DI POSSIBILE INADEGUATEZZA*

> *"Il sottoscritto intermediario dichiara di avere informato il contraente dei principali motivi, di seguito riportati, per i quali, sulla base delle informazioni disponibili, la proposta assicurativa non risulta o potrebbe non risultare adeguata alle Sue esigenze assicurative.*
>
> *Il sottoscritto contraente dichiara di voler comunque stipulare il relativo contratto."*

*Nella dichiarazione devono essere riportati i principali motivi dell'eventuale inadeguatezza.*

# La trasparenza dei prodotti assicurativi.

4

La trasparenza nell'offerta dei prodotti assicurativi riguarda l'obbligo di corretta informazione sia nei documenti pre-contrattuali sia nella pubblicità.

## Obblighi informativi

Le regole che disciplinano questa materia sono riunite nel Regolamento ISVAP (ora IVASS) 35/2010, che illustra gli obblighi d'informazione a carico delle imprese assicuratrici e le regole di correttezza che esse devono seguire in caso di attività pubblicitaria. L'obiettivo di queste regole è rafforzare la trasparenza e la chiarezza nell'offerta di prodotti assicurativi per il consumatore.

## Il Fascicolo informativo delle polizze vita

Per quanto concerne le polizze vita, insieme ai Modelli 7A e 7B, l'intermediario è tenuto a consegnare al cliente il **Fascicolo informativo**, composto dai seguenti documenti:

- **Scheda sintetica**, che offre un'immediata e chiara indicazione delle caratteristiche del contratto, delle garanzie e dei costi;
- **Nota informativa**, in cui sono inserite specifiche avvertenze sulle clausole del contratto che richiedono un'analisi più attenta da parte del contraente;
- **Condizioni di assicurazione**, ossia le clausole che regolano il contratto assicurativo;
- **Glossario**;

- **Modulo di proposta**, cioè il documento con il quale l'intermediario comunica all'impresa assicuratrice l'intenzione del contraente di stipulare un contratto assicurativo (fino al momento della comunicazione di accettazione da parte della compagnia, il contratto non può considerarsi concluso e quindi la proposta può essere revocata) oppure, se non è previsto, il **Modulo di polizza**, documento che una volta sottoscritto produce i medesimi effetti del contratto definitivo.

## Il Fascicolo informativo delle polizze danni

Anche per le polizze danni l'intermediario è tenuto a consegnare al cliente il **Fascicolo informativo**, che contiene i seguenti documenti:

- **Nota informativa**, comprensiva del **Glossario**, in cui vengono forniti al cliente esempi numerici per agevolare la comprensione delle clausole relative a franchigie, scoperti e massimali, nonché - con riferimento alle clausole contrattuali che regolano le circostanze di aggravamento o diminuzione del rischio - casi concreti tali da determinare una modifica del rischio;
- **Condizioni di assicurazione**, ossia le clausole che regolano il contratto assicurativo;
- **Modulo di proposta**, cioè il documento con il quale si comu-

nica all'impresa assicuratrice dell'intenzione del contraente di stipulare un contratto assicurativo (fino al momento della comunicazione di accettazione da parte della compagnia, il contratto non può considerarsi concluso e quindi la proposta può essere revocata), se previsto.

## La consegna della documentazione al cliente

Quando il cliente riceve i documenti contenuti nel **Fascicolo informativo**, sottoscrive un'apposita dichiarazione di avvenuta consegna, contenuta nella proposta di assicurazione (contratti vita) o nella polizza (contratti danni). In questo documento sono indicati anche la periodicità e i mezzi di pagamento del premio.

Se le informazioni contenute nel **Fascicolo informativo** vengono successivamente modificate, anche per effetto di modifiche alla normativa di riferimento successive alla conclusione del contratto, l'impresa è tenuta a **comunicarlo per iscritto** al cliente. In alternativa, le imprese possono prevedere nella Nota informativa uno specifico **rinvio al proprio sito internet** per la consultazione degli aggiornamenti del Fascicolo informativo non derivanti da innovazioni normative.

> Il cliente deve sottoscrivere una dichiarazione di avvenuta consegna della documentazione.

Le imprese pubblicano tale documentazione non appena iniziano la commercializzazione di un nuovo prodotto e devono mantenerla fino alla sua conclusione.

## L'informativa per le polizze collettive

Una polizza collettiva è una polizza che viene stipulata da un unico soggetto (il contraente) nell'interesse di più assicurati (beneficiari). Se un consumatore aderisce a questa tipologia

di polizza, deve sapere che le imprese assicuratrici inseriscono nella convenzione stipulata con il contraente (es. datore di lavoro) una previsione contrattuale che disciplina come e in che modo il contraente stesso debba consegnare agli assicurati l'intera documentazione pre-contrattuale e contrattuale, prima della loro adesione alla copertura assicurativa.

Sono previste regole particolari per alcune tipologie di polizza.

Se la compagnia prevede che ogni singolo assicurato aderisca alla polizza collettiva mediante la sottoscrizione di uno specifico modulo, deve riportare l'indicazione dei costi a carico del singolo assicurato (beneficiario), nonché l'evidenza della provvigione percepita in media dagli intermediari.
Qualora l'adesione dell'assicurato non avvenga mediante la sottoscrizione di un modulo, la convenzione prevede che allo stesso assicurato siano consegnati - da parte dell'impresa assicuratrice o del contraente che ha sottoscritto la polizza collettiva - il **Fascicolo informativo** e un documento che illustri i costi a suo carico.

*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.*

## L'informativa per le polizze r.c. auto

Per i contratti r.c. auto, il Fascicolo informativo è differenziato per categorie di veicoli (autovetture, ciclomotori, motocicli e natanti); in pratica, sono riportate esclusivamente le informa-

Le imprese ma anche gli intermediari hanno precisi obblighi in materia di informazione e trasparenza.

zioni e le condizioni di contratto a essi relativi, in modo da fornire agli assicurati un'informazione mirata alla tipologia di veicolo per il quale viene richiesta la copertura.

Inoltre, per aumentare il livello di trasparenza del servizio reso nella fase di liquidazione dei sinistri, sul sito internet delle compagnie di assicurazione **è 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. Sempre sul sito internet, vengono pubblicate anche la **Nota informativa** e le **Condizioni di assicurazione**.

Sono previsti, inoltre, specifici obblighi anche a carico degli intermediari: questi ultimi, infatti, devono mettere a disposizione del pubblico, presso i propri locali, l'informativa relativa alle imprese di cui offrono i prodotti e alle provvigioni percepite (comprese eventuali differenziazioni circa le diverse categorie di veicoli e natanti assicurati).

## Regole generali per la pubblicità sui prodotti assicurativi

Il messaggio pubblicitario di una polizza assicurativa non deve indurre in errore circa le caratteristiche, la natura, le garanzie e i rischi del prodotto offerto. Le imprese assicuratrici devono utilizzare forme espressive e caratteri chiari, ben visibili e leggibili.
La pubblicità dev'essere immediatamente riconoscibile e ben distinguibile dai consumatori rispetto a ogni altra forma di comunicazione.

Il Regolamento ISVAP (ora IVASS) 35/2010 disciplina i principi di **chiarezza, riconoscibilità, trasparenza e correttezza** dell'informazione pubblicitaria, in conformità con le informazioni contenute nel Fascicolo informativo.

Il messaggio pubblicitario deve in particolare:

- indicare la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche del relativo prodotto;
- riportare la seguente avvertenza: *"Prima della sottoscrizione leggere il Fascicolo informativo"*;
- indicare i luoghi dov'è possibile ottenere il Fascicolo informativo, nonché gli altri eventuali mezzi attraverso i quali può essere consultato, compreso il sito internet dov'è pubblicato.

Nella pubblicità effettuata tramite radio o televisione, l'avvertenza *"Prima della sottoscrizione leggere il Fascicolo informativo"* dev'essere riprodotta a voce, e dev'essere tale da consentire un agevole ascolto da parte del consumatore. Termini come *"garantisce"*, *"garantito"*, o quelli similari che inducono a ritenere sussistente il diritto a una prestazione certa per l'assicurato o per il portatore di un interesse alla prestazione assicurativa, possono essere utilizzati solo se sono riferiti alle garanzie effettivamente rilasciate dall'impresa di assicurazione.

Il messaggio pubblicitario dei prodotti assicurativi deve essere ben riconoscibile, chiaro e rimandare alla lettura del Fascicolo informativo.

# I contratti assicurativi a distanza.

5

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

## Come devono essere promossi e venduti

Il Regolamento ISVAP (ora IVASS) n. 34/2010 disciplina l'attività di promozione e collocamento di **contratti di assicurazione via internet e telefono**.

Le norme garantiscono regole di trasparenza e comportamento che imprese e intermediari sono tenuti a osservare per questa particolare forma di collocamento di prodotti assicurativi.

L'ambito applicativo di questa disciplina si rivolge alla promozione e al collocamento di:

- **contratti assicurativi sulla vita**, rivolti a contraenti aventi il domicilio abituale o, se persone giuridiche, la sede legale nel territorio italiano;
- **contratti assicurativi contro i danni**, per la copertura di rischi ubicati nel territorio italiano.

Non è possibile perfezionare la vendita di contratti di assicurazione a distanza **senza il preventivo consenso espresso del cliente**: l'assenza di risposta o il mancato dissenso non

*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.*

possono essere considerati come espressione di consenso da parte del contraente.

## Le regole relative ai call center

L'impresa assicuratrice può avvalersi di **call center** per la promozione e la vendita a distanza di prodotti assicurativi, utilizzando come operatori telefonici propri dipendenti o personale esterno.

Nel caso in cui gli operatori siano risorse esterne, l'impresa dovrà individuare 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. In ogni caso, sia utilizzando operatori interni che esterni, l'impresa assicuratrice si assumerà la piena responsabilità del loro operato.

Le imprese che si avvalgono di un call center devono garantire che:

- gli addetti siano in possesso di adeguate competenze professionali e di un'appropriata conoscenza delle caratteristiche dei contratti e dei servizi offerti;
- gli addetti forniscano al primo contatto con il cliente il proprio codice identificativo o le proprie generalità, nonché il nominativo dell'impresa della quale è promosso il contratto;
- il contraente possa, a richiesta, essere messo in contatto con il responsabile del coordinamento e del controllo dell'attività del call center (nel caso di addetti non dipendenti dell'impresa);
- le informazioni siano corrette e veritiere, rese in lingua italiana e con un linguaggio chiaro e comprensibile per il consumatore;
- le risposte fornite dagli addetti del call center siano uniformi tra loro e conformi alle condizioni contrattuali.

La disciplina regolamentare prevede anche l'utilizzo di call center da parte degli intermediari di assicurazione che vogliano promuovere e collocare a distanza contratti assicurativi: anch'essi devono assicurare la professionalità degli addetti e offrire garanzie simili a quelle fornite dalle imprese.

## L'informativa pre-contrattuale

L'informativa pre-contrattuale, che viene fornita al cliente prima della sottoscrizione di una proposta o di un contratto a distanza, comprende tra l'altro una serie di diritti specifici a vantaggio del consumatore:

- il diritto di scegliere di ricevere e ritrasmettere la documentazione pre-contrattuale e contrattuale su carta o altro supporto durevole;
- il diritto di richiedere in ogni caso e senza oneri la ricezione

della predetta documentazione su supporto cartaceo, e di modificare la tecnica di comunicazione a distanza utilizzata;
- la circostanza che il contraente dovrà ritrasmettere il contratto inviatogli dall'impresa potendo utilizzare, a sua scelta, il supporto cartaceo o altro supporto durevole;
- il diritto di essere messo in contatto con il responsabile del coordinamento e del controllo dell'attività svolta dal call center.

## La verifica di adeguatezza

Anche per questa tipologia di collocamento di prodotti assicurativi è prevista la verifica di adeguatezza del contratto, con regole simili a quelle già illustrate in precedenza. Le imprese che ricevono proposte non adeguate informano il contraente di questa circostanza e sono chiamate ad adottare procedure tali da consentire:

- la conclusione del contratto solo se al contraente sono state richieste le informazioni necessarie;
- l'acquisizione su supporto durevole – cioè qualsiasi strumento che permetta al destinatario di memorizzare una informazione e di riprodurla in futuro in modo identico - delle informazioni richieste dall'impresa e fornite dal contraente;
- la conservazione delle informazioni date dal contraente e di quelle fornite dall'impresa circa l'adeguatezza del contratto.

> Anche nei contratti a distanza vige l'obbligo di fornire al cliente l'informativa pre-contrattuale e di verificare l'adeguatezza del contratto proposto.

## La trasmissione della documentazione al cliente

La normativa regolamentare disciplina le modalità con cui l'impresa trasmette al cliente la documentazione pre-contrat-

tuale e contrattuale prevista prima della sottoscrizione del contratto (Fascicolo informativo), nonché il contratto per la sua sottoscrizione (da inviare entro cinque giorni dalla sua conclusione) e le altre informazioni da rendere durante il contratto stesso.

A scelta del contraente, la documentazione può essere inviata su carta o su altro supporto durevole; l'opzione può essere modificata in qualsiasi fase del rapporto contrattuale e il cliente conserva comunque il diritto di ricevere, senza costi e in qualunque momento, la documentazione pre-contrattuale e contrattuale, nonché il contratto su supporto cartaceo.

Il cliente può scegliere su quale supporto ricevere la documentazione pre-contrattuale e il contratto, senza alcun costo.

Le imprese devono sempre poter documentare le scelte effettuate dal contraente. Il contratto inviato dall'impresa dev'essere firmato dal contraente stesso e può essere ritrasmesso all'impresa su supporto cartaceo, oppure tramite posta elettronica.

Alcuni documenti relativi ai contratti r.c. auto (contrassegno assicurativo, carta verde, certificato di assicurazione) devono invece essere spediti al cliente via posta, considerate le peculiarità tecniche dei relativi supporti cartacei, nel termine di cinque giorni dalla stipulazione del contratto.

## La vendita telefonica da parte delle imprese

Quando effettua una chiamata a un consumatore, l'operatore telefonico dell'impresa è tenuto a dichiarare la denominazione sociale della stessa e la finalità commerciale della telefonata. Successivamente dovrà fornire, se il consumatore è d'accordo, le seguenti informazioni:

- il proprio codice identificativo o le generalità e il tipo di rapporto che lo lega all'impresa;
- una descrizione delle principali caratteristiche del contratto di assicurazione (nel caso di polizze r.c. auto: garanzie offerte, soggetti esclusi dalla garanzia, massimali, rivalse, franchigie);
- il premio totale che il contraente dovrà corrispondere all'impresa, comprese le imposte o, se non è possibile indicare il premio esatto, la base di calcolo che consenta al cliente di verificarlo;
- l'indicazione dell'eventuale esistenza di altre imposte o costi;
- l'esistenza o meno del diritto di recesso, la sua durata e le relative modalità d'esercizio.

## La vendita su internet delle imprese

Regole particolari sono previste anche per la vendita di prodotti assicurativi su internet. Le imprese devono indicare nel proprio **sito web** le seguenti informazioni:

- denominazione sociale e indirizzo della sede legale o di quella secondaria;
- recapito telefonico, numero di telefax e indirizzo e-mail;
- estremi del provvedimento di autorizzazione all'esercizio dell'attività assicurativa;
- numero d'iscrizione all'albo delle imprese di assicurazione tenuto dall'IVASS con l'avvertenza che, consultando tale albo, è possibile verificare la regolarità dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività;
- indicazione che l'impresa è soggetta al controllo dell'IVASS.

Nel caso di promozione e collocamento di contratti di assicurazione tramite internet, le imprese **pubblicano il Fascicolo informativo**, relativo ai singoli contratti, **sul proprio sito web**. Vengono inoltre riportate le informazioni tecniche e operative che devono essere fornite al contraente prima della con-

clusione del contratto su internet: per esempio, come si possono correggere errori d'inserimento di dati o l'illustrazione delle diverse fasi da seguire per la conclusione del contratto.

## Le comunicazioni commerciali non richieste dal cliente

Prima di effettuare qualsiasi tipo di comunicazione commerciale non richiesta (es. invio di materiale pubblicitario, ricerche di mercato, proposte di contratti di assicurazione) mediante tecniche di comunicazione a distanza (es. invio e-mail, telefonate), **l'impresa deve acquisire il consenso del cliente** a ricevere la comunicazione e adottare procedure che consentano di accertare che il cliente ha prestato il proprio consenso. Il consenso dev'essere esplicito, senza oneri e revocabile in ogni momento da parte del cliente.

L'unica eccezione si realizza nel caso di commercializzazione di un contratto relativo allo stesso ramo assicurativo per cui il contraente abbia già fornito i suoi recapiti.

In ogni caso, il contraente deve essere sempre informato dall'impresa sulla possibilità di opporsi senza oneri alla ricezione di ulteriori comunicazioni.

## Le comunicazioni commerciali con il consenso del cliente

Nel caso in cui l'impresa abbia acquisito il consenso da parte del contraente, dovrà anche rendergli noto se la comunicazione commerciale è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi, o comunicargli come ha ottenuto i suoi dati personali e come verranno utilizzati. Il contraente sarà anche informato dall'impresa del proprio diritto di revocare il consenso all'utilizzo della comunicazione commerciale e di opporsi alle comu-

nicazioni in ogni momento e senza oneri, nonchè le modalità per esercitare tali diritti.

Le comunicazioni commerciali effettuate da soggetti terzi per conto dell'impresa devono invece essere accompagnate, oltre che dalle informazioni già previste, dal nominativo dell'impresa che commercializza il contratto di assicurazione, da un **link** al sito web dell'impresa, oppure dall'indicazione dell'indirizzo del sito stesso.

## La vendita a distanza da parte degli intermediari

Gli intermediari possono vendere prodotti assicurativi a distanza tramite call center o internet.
Gli intermediari possono avvalersi di un call center a condizione che si assumano la **piena responsabilità dell'operato** dei relativi addetti e individuino, per ogni sede del call center, un proprio collaboratore - iscritto nella sezione E del RUI - incaricato del coordinamento e del controllo dell'attività di intermediazione a distanza svolta dal call center. Inoltre, gli intermediari devono assicurare che:

- gli addetti del call center siano in possesso dei requisiti di professionalità e aggiornino periodicamente le proprie competenze professionali;
- gli addetti del call center forniscano al potenziale cliente il proprio codice identificativo o le proprie generalità e il nominativo dell'intermediario per il quale operano;
- il contraente possa, a richiesta, essere messo in contatto con l'intermediario;
- le informazioni siano corrette e veritiere, rese in lingua italiana e con un linguaggio chiaro e comprensibile;
- le risposte fornite dagli addetti del call center siano uniformi tra loro e conformi alle condizioni contrattuali.

Qualora, invece, gli intermediari assicurativi esercitino l'attività tramite internet, il relativo sito web deve indicare:

- i dati identificativi dell'intermediario;
- l'indirizzo della sede, il recapito telefonico, il numero di fax e l'indirizzo di posta elettronica dell'intermediario;
- il numero e la data d'iscrizione al RUI, nonché l'indicazione che l'intermediario è soggetto al controllo dell'IVASS.

Con riferimento agli obblighi d'informativa, prima che il contraente sia vincolato da un contratto di assicurazione a distanza, l'intermediario dovrà rendergli noti:

- gli elementi informativi contenuti nei Modelli 7A e 7B;
- la descrizione delle principali caratteristiche del servizio o del contratto offerto;
- il premio totale, che il contraente deve corrispondere, compresi i relativi oneri, commissioni, spese e imposte;
- qualsiasi costo specifico aggiuntivo posto a carico del contraente, relativo all'utilizzazione della tecnica a distanza.

Prima della conclusione del contratto a distanza, l'intermediario deve fornire al cliente l'informativa su supporto cartaceo o altro supporto durevole facilmente accessibile.

L'informativa dev'essere fornita in lingua italiana (o altra concordata tra le parti), in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile, su carta o altro supporto durevole e accessibile per il contraente. L'informativa può essere anticipata verbalmente, se è necessaria una copertura immediata del rischio o lo richiede il contraente. In tali casi, l'intermediario deve fornire l'informativa materiale subito dopo la conclusione del contratto e comunque non oltre i cinque giorni successivi.

## VENDITA TELEFONICA DI CONTRATTI ASSICURATIVI

Chi chiama deve comunicare al consumatore:
- denominazione sociale dell'impresa
- finalità commerciale della telefonata

Se il consumatore dà il consenso a continuare la telefonata

Chi chiama fornisce le seguenti informazioni:
- proprie generalità e natura del proprio rapporto lavorativo con l'impresa
- descrizione delle principali caratteristiche del contratto di assicurazione che sta proponendo con la telefonata
- premio totale che il consumatore, nel caso decida di acquistare il contratto proposto, dovrà versare all'impresa
- esistenza o meno del diritto di recesso dal contratto

**VERIFICA DI ADEGUATEZZA DEL CONTRATTO**
Durante la telefonata chi chiama acquisisce le informazioni utili a valutare se il contratto proposto è adeguato a esigenze e obiettivi del consumatore

**INVIO DELL'INFORMATIVA PRE-CONTRATTUALE E CONTRATTUALE**

**CONCLUSIONE DEL CONTRATTO**
attraverso invio dei documenti contrattuali firmati dal consumatore

# I rapporti assicurativi via web.

**Il contraente ha a disposizione un'area riservata sul sito web dell'impresa per accedere a tutte le informazioni sulla propria posizione assicurativa.**

## L'area on-line riservata al cliente

Ogni impresa assicuratrice prevede sul proprio sito internet una apposita **area**, **riservata a ciascun contraente**, tramite la quale è possibile consultare le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti e le relative scadenze e, limitatamente alle polizze vita, i valori di riscatto e le valorizzazioni aggiornate.

Queste attività sono disciplinate dal Provvedimento 7/2013 dell'IVASS, le cui disposizioni si applicano alle imprese con sede legale in Italia e, limitatamente all'esercizio dell'assicurazione obbligatoria della responsabilità civile auto e natanti, alle imprese comunitarie autorizzate a operare in Italia.

## La comunicazione alla clientela

Al momento della sottoscrizione di un contratto i contraenti vengono informati della possibilità di accedere via web all'area riservata del sito internet dell'impresa.

Per i contratti già in vigore, i clienti vengono informati dall'impresa attraverso una comunicazione scritta. Tramite tali aree riservate, le imprese assicuratrici mettono a disposizione dei

propri clienti almeno le seguenti informazioni:

- le coperture assicurative del contraente;
- le condizioni contrattuali sottoscritte dal contraente;
- lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze;
- per le polizze vita, incluse le polizze **unit** e **index linked**, e per le operazioni di capitalizzazione, il valore di riscatto della polizza;
- per le polizze vita **unit** e **index linked**, il valore della posizione sulla base della valorizzazione corrente delle quote o del valore di riferimento a cui sono agganciate le prestazioni;
- per i contratti di responsabilità civile per la circolazione dei veicoli a motore, l'attestazione sullo stato di rischio.

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

In questo spazio riservato, il contraente può anche visualizzare l'immagine del contratto da lui firmato, oppure, in alternativa, il testo delle condizioni di polizza corrispondenti a quelle che regolano il contratto che ha sottoscritto.
Per comunicazioni di particolare delicatezza quali, ad esempio, la perdita di valore superiore al 30% per le polizze **unit** e

**index linked**, o l'avviso del termine di scadenza e della documentazione da trasmettere per la liquidazione delle polizze vita, esiste inoltre un obbligo d'informativa scritta indirizzata al cliente.

*Per i contratti stipulati prima dell'entrata in vigore del Provvedimento IVASS 7/2013, le imprese possono fornire al cliente nell'area riservata una rappresentazione sintetica delle condizioni contrattuali sottoscritte, che contenga l'evidenza delle garanzie, delle esclusioni e delle limitazioni.*
*Le informazioni devono essere adeguatamente aggiornate e personalizzate, in modo da consentire al contraente di conoscere lo stato della sua posizione assicurativa, mediante l'indicazione dei massimali garantiti, del valore del bene oggetto di copertura, oltre ad ogni altro elemento utile per un'informativa calibrata sulla specifica posizione assicurativa.*

*POLIZZA UNIT LINKED è una polizza vita in cui l'entità del capitale assicurato dipende dall'andamento del valore delle quote di fondi di investimento interni (appositamente costituiti dall'impresa di assicurazione) o da fondi esterni (OICR) in cui vengono investiti i premi versati, al netto dei caricamenti, del costo per la copertura caso morte, del costo di eventuali coperture accessorie e delle commissioni di gestione.*
*POLIZZA INDEX LINKED è una polizza vita in cui l'entità delle prestazioni assicurative dipende dall'andamento nel tempo del valore di un indice azionario o di altro valore di riferimento.*

## Accesso alle aree riservate

Le credenziali identificative per l'accesso all'area riservata via web sono rilasciate al contraente direttamente dall'impresa di assicurazione, su richiesta dell'interessato.
Il contraente può accedere in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo all'area riservata dalla **home page** del sito dell'impresa. Inoltre, ha a propria disposizione un **help desk** predisposto dall'impresa nel caso in cui abbia difficoltà di accesso o di consultazione dell'area.

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

L'accesso e il funzionamento delle aree riservate sui siti delle imprese di assicurazione sono assistiti da adeguati sistemi di protezione e sicurezza delle informazioni fornite via web.
Le imprese possono inserire nelle aree riservate messaggi pubblicitari o promozionali, a condizione che il contraente dia il proprio consenso. In ogni caso, la pubblicità non deve compromettere l'intellegibilità dei contenuti dell'area riservata.

## Accesso con determinate tipologie di polizza

Le imprese hanno facoltà di non attivare il servizio di area riservata per i contraenti che hanno:

- coperture relative a particolari rischi non standardizzati e oggetto di negoziazione ad hoc (flotte di veicoli e natanti, "grandi rischi" e alcuni rischi agricoli);
- contratti di modesto importo (contratti accessori a prodotti o servizi, con premio non superiore a 100 euro);
- coperture di rischi connessi ad eventi specifici circoscritti a un limitato arco temporale (ad esempio polizze abbinate

all'acquisto di uno skipass, polizze vendute in occasione di gare e manifestazioni sportive, polizze per la copertura di rischi durante viaggi di breve durata, ecc.).

Per quanto riguarda le polizze collettive, l'accesso all'area è consentito, oltre che al contraente, anche all'assicurato qualora questi paghi il premio o sia portatore di un interesse alla prestazione. Sono esclusi dal servizio di area riservata gli assicurati coperti da una polizza *"per conto di chi spetta"*, in cui i soggetti assicurati non sono individuati singolarmente all'atto della stipulazione della polizza collettiva, ma entrano in copertura in virtù dell'appartenenza ad una determinata categoria (come gli aderenti ad associazioni sportive, sindacati o categorie professionali).

Va sottolineato che tali esclusioni non comprendono le polizze collettive connesse a mutui o ad altri contratti di finanziamento: per i prodotti di questo tipo, quindi, dev'essere previsto l'accesso all'area riservata.

# Domande e risposte.

## Chi può vendere prodotti assicurativi e come deve farlo

**1**

*"I dipendenti delle compagnie assicurative devono procedere alla propria iscrizione nel RUI o è la compagnia presso la quale lavorano che provvederà ad iscriverli?"*

I dipendenti delle imprese di assicurazione non devono iscriversi nel registro degli intermediari né esservi iscritti dalle imprese presso le quali operano.

**2**

*"Cosa si intende per "collaborazione alla gestione o all'esecuzione, segnatamente in caso di sinistri, dei contratti stipulati"? Un collaboratore esterno (non dipendente) di un'agenzia che abbia il solo compito di curare l'assistenza e la gestione di pratiche di sinistro dei clienti dell'agenzia svolge attività di intermediazione? Deve essere iscritto nel registro?"*

Per *"collaborazione alla gestione o all'esecuzione, segnatamente in caso di sinistri, dei contratti stipulati"* si intende l'attività di assistenza offerta dall'intermediario all'assicurato che, avendo subito un sinistro, si deve poi rivolgere alla propria compagnia di assicurazione per chiedere il pagamento delle somme dovute.

Il collaboratore esterno che abbia il compito di curare l'assistenza e la gestione di pratiche di sinistro per conto dell'agente, pertanto, svolge attività di intermediazione e perciò deve essere iscritto nel RUI, sezione E.

**3**

*È possibile svolgere attività di collaborazione per più di un intermediario?*

È possibile svolgere attività di collaborazione anche per diversi intermediari iscritti nella sezione A del registro, nel rispetto delle regole contrattuali che disciplinano il rapporto tra il collaboratore e l'agente. Il RUI (Registro Unico degli Intermediari Assicurativi e Riassicurativi) evidenzia queste plurime collaborazioni.

**4**

*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 con la reclusione da sei mesi a due anni e con la multa da diecimila a centomila euro *(art. 305 del Codice delle Assicurazioni)*. Inoltre, è prevista la sanzione disciplinare della radiazione dal RUI per l'intermediario che si avvale di collaboratori non iscritti.

**5**

*I produttori diretti devono iscriversi alla sezione C del RUI?*

L'obbligo è previsto per gli intermediari che - anche in via sussidiaria rispetto all'attività svolta in via principale - esercitano l'intermediazione per conto di un'impresa di assicurazione nei rami vita, infortuni e malattia.

**6**

> *Esercita attività di intermediazione assicurativa il procacciatore di affari o il segnalatore?*

In base all'*art. 106 del Codice delle Assicurazioni* e *all'art. 2, lett. d) del Regolamento*, l'attività di mera segnalazione di nominativi all'intermediario non è riconducibile all'intermediazione, 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.

**7**

> *In quale sezione devono essere iscritti i dipendenti, gli apprendisti o, in generale, gli altri collaboratori dell'Agente o del Broker che operano all'interno dei locali in cui si svolge l'attività dell'Agente o del Broker?*

I soggetti che operano esclusivamente all'interno dei locali in cui l'Agente o il Broker svolgono la loro attività non devono essere iscritti in alcuna delle sezioni del registro degli intermediari. Per lo svolgimento dell'attività presso l'Agente o il Broker i predetti soggetti devono tuttavia essere in possesso dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dalla normativa vigente.

**8**

> *Quale polizza deve sottoscrivere una persona fisica che richiede l'iscrizione nella sezione A del registro degli intermediari assicurativi?*

Deve stipulare una polizza di assicurazione della responsabilità civile per l'attività svolta in forza dell'iscrizione al registro, con massimale stabilito dal *Codice delle Assicurazioni* per danni arrecati da negligenze ed errori professionali pro-

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

## Gli obblighi dell'intermediario

1

*La consulenza assicurativa costituisce intermediazione?*

Secondo la definizione dell'*art. 106 del Codice delle Assicurazioni*, l'attività di consulenza, se finalizzata alla proposta e/o alla presentazione di contratti assicurativi e svolta dietro compenso, costituisce attività di intermediazione assicurativa e pertanto comporta l'iscrizione nel registro.

2

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

Quelli che operano nell'ambito dei grandi rischi.

3

*Prima di far sottoscrivere un contratto assicurativo, un intermediario quali documenti deve consegnare al contraente?*

La copia di una dichiarazione conforme ai Modelli 7A e 7B e la documentazione pre-contrattuale e contrattuale.

4

*È sempre necessario che l'intermediario rilasci il Modello 7B?*

No. In particolare, non è necessario che sia rilasciato nel caso di rinnovo di polizze già sottoscritte oppure in caso di modifiche contrattuali non rilevanti.

**5** *In che modo un utente può pagare il premio assicurativo dopo aver acquistato una polizza di assicurazione sulla vita?*

Mediante assegni bancari, postali o circolari, non trasferibili o ordini di bonifico o altri mezzi di pagamento a questo assimilabili.

## L'adeguatezza dei prodotti assicurativi

**1** *Un contratto assicurativo può non essere adeguato alle esigenze del cliente?*

Sì, se il cliente si rifiuta di fornire alcune informazioni richiestegli dall'intermediario, oppure quando - dopo che lo stesso cliente ha fornito tutte le informazioni suddette - l'intermediario ritiene che il contratto offerto non sia comunque adeguato alle esigenze del consumatore.

**2** *Cosa viene richiesto al cliente per la verifica dell'adeguatezza di un contratto di assicurazione vita?*

I dati anagrafici, lo stato occupazionale, i soggetti da tutelare (familiari a carico oppure no), gli eventuali altri contratti assicurativi da lui già sottoscritti, la disponibilità finanziaria rispetto al prodotto assicurativo richiesto, le aspettative relative al contratto che dovrebbe sottoscrivere.

**3** *Il cliente è sempre posto a conoscenza della eventuale non adeguatezza del contratto offerto?*

Sì, il cliente viene sempre messo a conoscenza della eventuale non adeguatezza del contratto offerto e, inoltre, è tenuto

a sottoscrivere una apposita dichiarazione redatta dall'intermediario con l'elenco dei motivi per cui quest'ultimo ritiene il contratto non adeguato.

## 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 la nota informativa 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 scorta 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?*

La denominazione dell'impresa, le caratteristiche del prodotto, l'avvertenza di leggere il fascicolo informativo e dove è possibile consultarlo.

## I contratti assicurativi a distanza

**1**

*È possibile vendere contratti assicurativi tramite call center?*

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

**2**

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

Per diventare operatore di call center che vende polizze assicurative a distanza bisogna seguire un corso di formazione della durata di 30 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 15 ore.

**3**

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

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.

*È prevista la verifica di adeguatezza di un contratto per la vendita a distanza di polizze assicurative?* **4**

Sì, la verifica di adeguatezza è prevista anche in questo caso.

## I rapporti assicurativi via web

*La disciplina sulla creazione di aree riservate nei siti web delle imprese si applica a tutte indistintamente?* **1**

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 autorizzate ad operare in Italia.

*Tutte le tipologie di contratti sono pubblicate all'interno delle aree riservate?* **2**

No, sono esclusi i rischi non standardizzati e oggetto di negoziazione ad hoc (flotte di veicoli e natanti, "grandi rischi" e alcuni rischi agricoli) o i contratti di modesto importo (contratti accessori a prodotti o servizi, con premio non 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 all'interno delle aree riservate?* **3**

Le informazioni pubblicate nelle aree riservate riguardano:

le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze.
Inoltre, per le polizze vita, incluse le polizze unit e index linked, e per le operazioni di capitalizzazione, è possibile avere il valore di riscatto della polizza, mentre per le polizze vita unit e index linked, anche l'ammontare della posizione sulla base della valorizzazione corrente delle quote o del valore di riferimento a cui sono agganciate le prestazioni.
Per i contratti di responsabilità civile per la circolazione dei veicoli a motore l'area riservata riporta l'attestazione sullo stato di rischio.

**4** *"Chiunque può accedere alle aree riservate?"*

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 collettivi connessi a mutui o ad altri contratti di finanziamento hanno diritto ad accedere all'area riservata, analogamente a quanto previsto per le polizze individuali.

## 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 ed il mercato assicurativo italiano nei confronti delle principali istituzioni politiche ed amministrative, inclusi il Governo ed 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.

wwww.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 recentemente 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 e il TuOpreventivatOre, uno strumento per confrontare i preventivi più convenienti del mercato assicurativo.

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.conciliazioneauto.ania.it è il sito dedicato alla procedura di conciliazione per le controversie r.c. auto, iniziativa concordata da ANIA e 17 associazioni dei consumatori.

NOTE

NOTE

NOTE

## L'ASSICURAZIONE IN CHIARO

# Una collana di guide per il consumatore.

Una nuova 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 questa collana 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.
Dopo la pubblicazione dei primi due titoli, dedicati all'assicurazione r.c. auto e all'intermediazione assicurativa, verranno trattati temi quali l'assicurazione vita, la tutela per la casa e la famiglia e altri temi assicurativi utili per i cittadini consumatori.

Fanno parte del Forum e siedono nel suo organo direttivo
otto associazioni dei consumatori.