

2 Congresso Ordinario di ANAPA Rete ImpresAgenzia

***L'evoluzione di ANAPA
e dell'agente professionista di assicurazioni***

Saluto istituzionale di
Stefano De Polis
Segretario Generale dell'IVASS

Roma, 14 novembre 2018

Desidero ringraziare l'ANAPA e il Presidente Vincenzo Cirasola per l'invito a partecipare. Nel tema del congresso colgo due parole chiave che sono la cifra di questo momento: evoluzione e professionalità. Il mercato, infatti, vive una fase di profondo cambiamento spinto dall'evoluzione del contesto competitivo, delle regole e della tecnologia.

La professionalità nel *business* è oggi la risposta più appropriata e lungimirante: essere in grado di consigliare al meglio la clientela, prima ancora che una opzione normativa, è l'unica via per acquisire nuove relazioni e mantenere stabilmente quelle esistenti.

Il nuovo quadro normativo di riferimento derivante dall'attuazione della Direttiva sulla distribuzione assicurativa (IDD) è in vigore dal 1 ottobre. Esso traccia le linee di evoluzione della figura dell'intermediario (e dell'impresa, quando opera nella veste di distributore) alla luce di quello che è senza dubbio il principale obiettivo della riforma: mettere al centro il cliente e le sue esigenze. Centralità del cliente significa in concreto offrire prodotti assicurativi in grado di rispondere pienamente alle esigenze di sicurezza di famiglie e imprese e per tale via generare un reale valore per il cliente.

La protezione del cliente oggi assume rilevanza sin dalla fase di ideazione del prodotto assicurativo, in quella di distribuzione e poi successivamente durante tutta la durata del contratto (POG - *Product Oversight and Governance*). Le norme richiedono a compagnie e intermediari di collaborare per confezionare, commercializzare e gestire polizze "su misura", ritagliate sulle esigenze di *cluster* di clienti ben individuati ed

omogenei. Un cambiamento che valorizza la professionalità e la prossimità degli agenti assicurativi.

Vorrei brevemente toccare tre temi di interesse della categoria. La c.d. *home insurance*; il completamento del quadro normativo dei prodotti di investimento assicurativo (IBIP); i controlli sulla distribuzione alla luce della IDD.

* * *

Oggi la professionalità degli agenti non può fare a meno di confrontarsi con il rapido sviluppo della tecnologia digitale applicata al business assicurativo; essa offre nuove opportunità ma pone anche nuove sfide. L'ingresso nel mercato assicurativo di *competitor* digitali in grado di lanciare prodotti ritagliati su una nuova capacità di comprendere e anticipare le esigenze di singoli e di comunità di utenti pone una sfida a compagnie e reti distributive.

Imprese e intermediari non possono sottrarsi alla rivoluzione digitale in atto: è necessario rispondere efficacemente alle nuove richieste dei consumatori e dei competitor "nativi" digitali. Mi riferisco ai *millennials*, lato consumatori, e ai "GAFA" (Google, Amazon, Facebook, Apple), lato distributori, che già hanno dimostrato interesse per i mercati tradizionali, incluso il settore assicurativo. Vorrei essere chiaro. Il rischio che vediamo prevalente è la disintermediazione di entrambi, compagnie e agenti, da parte degli operatori della rete digitale. L'obiettivo del regolatore è pertanto preparare il mercato - assicuratori e intermediari - a confrontarsi con questa prospettiva.

Con il recente Regolamento 41 in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi l'IVASS ha adottato disposizioni per accompagnare - così come richiesto dal Parlamento - il processo di adattamento alla digitalizzazione del settore assicurativo: a) prevedendo l'obbligo di gestione digitale dei dati anagrafici presenti nei contratti sottoscritti e delle informazioni relative alle coperture attive; b) potenziando le funzioni delle aree riservate dei siti internet e delle *app* (la c.d. *home insurance*).

Vorrei in primo luogo ricordare che queste novità si muovono nel solco di disposizioni esistenti; sin dal 2010 (Reg. ISVAP 35 del 2010, art. 38, bis) le compagnie sono tenute a predisporre nei siti internet aree informative riservate accessibili ai contraenti. Ricordo che anche la c.d. *home insurance* dispositiva è già una realtà limitatamente alle polizze r.c. auto.

Perseguendo questo obiettivo, il nuovo regolamento prevede la digitalizzazione dei contratti assicurativi e integra e modernizza l'*home insurance* consentendo ai clienti di effettuare una serie minimale di operazioni dispositive quali, tra le altre, la richiesta di riscatto e la richiesta di modifica dei propri dati personali. Su questi aspetti preciso si tratta di "richieste" per cui:

a) anche l'eventuale richiesta di riscatto non avrebbe un effetto automatico e irreversibile; nel corso dell'iter informatico ci sono spazi per approfondimenti – anche di tipo consulenziale – con l'assicurato, ad esempio per valutarne l'effettiva convenienza economica;

b) i dati che il cliente può direttamente modificare sono quelli di tipo anagrafico, e non il profilo di rischio.

Inoltre, l'IVASS ha chiarito che può essere data attuazione all'*home insurance* anche mediante il ricorso all'*outsourcing*, ad esempio utilizzando per le funzionalità dispositive il sito dell'intermediario mandatario, previo raccordo con i sistemi informatici dell'impresa mandante. L'IVASS guarda con attenzione a questa forma di collaborazione tra compagnie e intermediari.

Lasciatemi infine ricordare che l'*home insurance* è solo una opportunità per la clientela; non c'è obbligo di avvalersene e, anche quando attivata, aderenti e contraenti possono continuare a rivolgersi agli intermediari di fiducia con i quali hanno sottoscritto il contratto.

Permettetemi anche un cenno all'azione di contrasto dei siti internet e dei profili social di intermediazione abusiva, che offrono per lo più false polizze di r.c. auto. Il fenomeno è insidioso e capace di minare la fiducia dei consumatori e delle imprese; gli agenti sono, con gli assicurati, parte lesa. Per contrastarlo il Regolamento 40 sulla distribuzione ha disposto che se l'attività di promozione e collocamento di prodotti assicurativi tramite siti *internet* è svolta da un intermediario, questi deve essere titolare del relativo dominio; inoltre, abbiamo previsto la possibilità che le imprese mettano a disposizione degli intermediari di cui si avvalgono spazi del proprio sito internet per lo svolgimento delle attività in rete di questi ultimi. Alcune primarie imprese si sono già organizzate in questo senso: riteniamo importante che gli intermediari e le compagnie collaborino nel rafforzare il "sistema di *cyber* protezione", mettendo insieme le forze per arginare un fenomeno pericoloso e dannoso per l'intera collettività.

* * *

Un ulteriore aspetto qualificante delle nuove norme di interesse per gli agenti è la razionalizzazione del quadro di protezione del cliente, protezione che dovrà essere paritetica qualunque sia il canale distributivo: agenzie, broker, banche, rete postale, vendita diretta da parte delle compagnie (anche attraverso l'utilizzo di mezzi telefonici o elettronici). Nel corso dei lavori di recepimento della IDD l'IVASS ha chiesto con forza regole uniformi a parità di prodotto e una razionalizzazione del riparto di competenze di vigilanza tra IVASS e CONSOB.

Le due Autorità stanno lavorando per dettagliare le regole per la distribuzione degli IBIP. Mi riferisco in particolare alla gestione di conflitti di interesse, al trattamento degli *inducement*, alle forme di consulenza obbligatoria. Su questi aspetti IVASS e CONSOB, in forza del potere regolamentare a loro attribuito rispettivamente dal CAP – per la distribuzione tramite agenti, broker e canale diretto - e dal TUF – per il collocamento tramite canale bancario, postale e finanziario - dovranno valutare, per gli IBIP, eventuali modalità di integrazione del quadro normativo nazionale e comunitario già oggi applicabile a tutti i prodotti assicurativi. Risulta di tutta evidenza l'importanza di un pieno raccordo tra i due Regolamenti.

* * *

Comportamenti di vendita e qualità dei processi e dei presidi per la loro corretta attuazione saranno al centro dell'azione di vigilanza sulla intermediazione. In particolare, attenzione verrà riservata a pratiche commerciali opportunistiche più attente al conto economico dei venditori che alla reale utilità e convenienza del prodotto assicurativo per il cliente. A

questa attività di verifica, svolta su singoli casi, si accompagnerà un approccio di vigilanza che mira a individuare indicatori preventivi di anomalia (*alert*) da utilizzare per impostare un monitoraggio sistematico e preventivo ad ampio spettro delle condotte di mercato.

Il nuovo art. 46 del Regolamento 40/2018 (Politiche di organizzazione, gestione e controllo della distribuzione) chiede alle imprese di dotarsi di politiche e di procedure funzionali a garantire: il rispetto nel continuo dei requisiti professionali e organizzativi - onorabilità inclusa - delle reti di cui si avvalgono, dirette o indirette; la corretta assunzione e gestione dei rischi in ambito distributivo; la *compliance* e la trasparenza delle operazioni; la prevenzione e la gestione dei conflitti di interesse tra intermediari e imprese. La relazione annuale - validata dal responsabile della funzione di *compliance* e approvata dal *board* della compagnia - sarà un ulteriore, utile strumento di monitoraggio delle condotte di mercato che l'IVASS intende valorizzare appieno quanto a capacità informativa e valenza segnaletica.

Ne risulta ulteriormente confermata l'esigenza di una fattiva collaborazione tra imprese e distributori, dimensione essenziale non solo del nuovo quadro regolamentare ma anche dell'attuale contesto competitivo e tecnologico. Ma altrettanto essenziale è il possesso da parte degli agenti di assicurazione di un'elevata professionalità e imprenditorialità entrambe necessarie per rendere solido il legame con la clientela nel segno di un moderno e duraturo rapporto fiduciario.