

REGOLAMENTO N. 34 DEL 19 MARZO 2010 RECANTE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI PROMOZIONE E COLLOCAMENTO A DISTANZA DI CONTRATTI DI ASSICURAZIONE DI CUI AGLI ARTICOLI 183 E 191, COMMA 1, LETTERE A) E B), DEL DECRETO LEGISLATIVO 7 SETTEMBRE 2005, N. 209 – CODICE DELLE ASSICURAZIONI PRIVATE.**RELAZIONE**

Il Regolamento dà attuazione agli articoli 183 e 191, comma 1, lettere a) e b), del decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209 (nel seguito “Codice delle assicurazioni”), che attribuiscono all’ISVAP il potere di emanare disposizioni in materia di obblighi comportamentali ed informativi delle imprese di assicurazione nella promozione e collocamento a distanza di contratti di assicurazione.

Il Regolamento, con l’obiettivo di garantire un livello adeguato di informazione del contraente anche in ragione della particolarità dello strumento di commercializzazione adottato dall’impresa, detta una disciplina specifica in coerenza con l’impianto normativo vigente recato dalle previsioni del Codice del consumo sulla commercializzazione a distanza dei servizi finanziari ai consumatori (Parte III, Titolo III, Capo I, Sezione IV bis) e del decreto legislativo n. 70 del 2003 in materia di commercio elettronico.

Il Regolamento si compone di 26 articoli ripartiti in sei Capi.

Il Capo I reca le disposizioni di carattere generale.

In particolare **gli articoli 1, 2 e 3** contengono, rispettivamente, l’individuazione della base normativa fondante l’esercizio del potere regolamentare, la definizione delle espressioni usate nel testo e l’ambito di applicazione del Regolamento.

L’articolo 4 richiama le condizioni per l’accesso, da parte delle imprese italiane ed estere, alla promozione e collocamento a distanza di contratti assicurativi contro i danni e sulla vita. Come precisato anche dalla Comunicazione interpretativa della Commissione Europea 2000/C 43/03, relativa alla libera prestazione di servizi e interesse generale nel settore delle assicurazioni, la vendita a distanza di contratti di assicurazione, se effettuata da imprese non stabilite nel territorio dello Stato dove è ubicato il rischio, deve configurarsi come attività in libera prestazione di servizi. Pertanto, le imprese con sede legale in uno Stato membro che intendano promuovere e collocare contratti di assicurazione a distanza in Italia, qualora non risultino già ammesse ad operare in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi, devono rispettare le condizioni di accesso previste dalle direttive assicurative, dal Codice delle assicurazioni e dalle relative disposizioni di attuazione. Per le imprese con sede legale in uno Stato terzo resta ferma la necessità di operare in regime di stabilimento, stante il divieto codicistico di effettuare attività in libera prestazione di servizi.

Il Capo II detta disposizioni applicabili alla promozione e al collocamento di contratti di assicurazione effettuato con qualsiasi tecnica di comunicazione a distanza.

L’articolo 5 introduce il divieto per le imprese di utilizzare procedure o meccanismi volti a selezionare i contraenti in senso discriminatorio. In particolare per il ramo r.c. auto, la norma mira ad evitare che le peculiarità tecniche della vendita a distanza possano minare l’obbligo a contrarre previsto dall’art. 132 del Codice delle assicurazioni attraverso l’utilizzo improprio di

filtri telefonici o informatici in grado di ostacolare le trattative in presenza di dati particolari, quali il luogo di residenza del contraente.

L'articolo 6 stabilisce il divieto di collocare contratti di assicurazione in assenza del preventivo consenso espresso del contraente, individuando i casi in cui il consenso stesso non si considera manifestato. La norma chiarisce che i meccanismi di prestazione del consenso *opt-out* a volte utilizzati nella vendita di coperture assicurative collegate alla vendita a distanza di beni (ad esempi di biglietti aerei) non sono idonei a rappresentare una valida forma di consenso al collocamento del contratto.

L'articolo 7 detta alcune disposizioni per le imprese che, nell'ambito del collocamento di prodotti assicurativi mediante una delle tecniche di comunicazione a distanza, utilizzano *call center* che dialogano con gli utenti in maniera attiva e passiva, ovvero sia ricevendo (modalità *inbound*) che effettuando (*outbound*) chiamate. La disposizione individua le condizioni in presenza delle quali l'attività svolta da *call center* è considerata attività esercitata direttamente dall'impresa. Vengono, inoltre, dettate le regole relative all'utilizzo del *call center*. E' previsto che gli addetti al *call center* debbano possedere adeguate competenze professionali e siano soggetti ad un aggiornamento almeno annuale; forniscano il proprio codice identificativo ad ogni contatto con il contraente; rendano le informazioni in un linguaggio chiaro e corretto.

L'articolo 8 richiama le specifiche informazioni, previste dagli articoli 67 *quater* e seguenti del Codice del consumo, che l'impresa deve rendere al contraente nelle attività di promozione e collocamento di contratti di assicurazione mediante tecniche di comunicazione a distanza. Tali informazioni sono rese integrando, ove necessario, la Nota Informativa prevista dalla disciplina generale in materia di informativa precontrattuale. Il secondo comma prevede, inoltre, che le imprese forniscano al contraente, prima della stipulazione del contratto, altre informazioni quali il diritto di scegliere il supporto (cartaceo o di altra natura) con cui ricevere e trasmettere la documentazione, il diritto di ricevere la stessa su carta e la circostanza che l'impresa richiederà al contraente la sottoscrizione e la ritrasmissione del contratto inviato.

L'articolo 9 detta disposizioni in tema di verifica dell'adeguatezza dei contratti offerti mediante tecniche di comunicazione a distanza, prevedendo che le imprese acquisiscano dal contraente le informazioni utili a valutare la rispondenza del contratto offerto alle esigenze assicurative del contraente medesimo.

L'articolo 10 disciplina le modalità con le quali possono essere trasmesse, dall'impresa al contraente e dal contraente all'impresa, il Fascicolo Informativo, le condizioni contrattuali, il contratto concluso e le altre informazioni da rendere nel corso del contratto. A scelta del contraente la documentazione può essere inviata su supporto cartaceo o su altro supporto durevole. La scelta è modificabile in qualsiasi fase del rapporto contrattuale ed il contraente conserva comunque il diritto di ricevere, senza costi e in qualunque momento, la documentazione precontrattuale e contrattuale nonché il contratto su supporto cartaceo. Il contratto inviato dall'impresa deve essere firmato dal contraente e può essere ritrasmesso all'impresa su supporto cartaceo (via posta o fax) ovvero tramite posta elettronica, dopo essere stato "scannerizzato". Resta invece ferma la spedizione via posta di taluni documenti relativi ai contratti r.c. auto, considerate le peculiarità tecniche dei relativi supporti cartacei (contrassegno, carta verde, certificato di assicurazione).

L'articolo 11, alla luce delle novità normative in materia di documenti informatici introdotte dal Codice dell'Amministrazione Digitale, richiama la possibilità di stipulare il contratto di assicurazione a distanza mediante apposizione della firma elettronica qualificata o firma

digitale. In tal caso, quindi, non è necessario trasmettere al contraente, ai sensi dell'articolo 10, la polizza o il contratto per l'apposizione della relativa firma autografa.

Il Capo III reca norme particolari in tema di promozione e collocamento mediante telefonia vocale o mediante internet.

Per la vendita telefonica l'articolo **12** prevede, in linea con il Codice del consumo, che siano rese al contraente solo le informazioni salienti, ferma restando la possibilità di richiedere il set completo delle informazioni. In caso di vendita telefonica su iniziativa del contraente gli obblighi informativi precontrattuali, secondo quanto previsto dal Codice del consumo, possono essere adempiuti anche dopo la conclusione del contratto (entro 5 giorni).

Con riferimento alla vendita mediante internet, l'**articolo 13** individua le informazioni che devono essere indicate dall'impresa nel proprio sito web. In particolare, assume rilievo l'indicazione del numero di iscrizione all'albo delle imprese di assicurazione tenuto dall'ISVAP, corredata da una specifica avvertenza che mediante la consultazione di tale albo è possibile verificare il possesso dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività assicurativa. Disposizioni analoghe sono previste per le imprese straniere.

L'**articolo 14** stabilisce le informazioni tecniche ed operative che devono essere fornite al contraente prima della conclusione del contratto su internet, quali, tra l'altro, quelle relative alle modalità per individuare o correggere errori di inserimento di dati e la illustrazione delle diverse fasi da seguire per la conclusione del contratto.

Il Capo IV disciplina le comunicazioni commerciali a distanza.

L'**articolo 15** regola le comunicazioni commerciali non richieste, prevedendo che sia necessario richiedere il preventivo consenso del contraente all'utilizzo della tecnica di comunicazione. Sono inoltre disciplinate le modalità di prestazione del consenso ed i casi in cui l'impresa può prescindere dalla relativa acquisizione.

L'**articolo 16** disciplina gli obblighi informativi a carico delle imprese in occasione delle comunicazioni commerciali per le quali sia stato acquisito il consenso.

Il Capo V recante **gli articoli dal 17 al 23** introduce alcune modifiche al Regolamento ISVAP n. 5 del 16 ottobre 2006 al fine di rendere la disciplina dell'intermediazione a distanza coerente con le previsioni del presente Regolamento.

Il Capo VI reca **gli articoli 24, 25 e 26** che disciplinano, rispettivamente, le abrogazioni, l'entrata in vigore e la pubblicazione del Regolamento.