

## **Mystery shopping: Compliance, cultura e risultati per i consumatori**

Gentili signore e signori

Grazie per l'invito a questo importante evento sul *mystery shopping*.

Abbiamo oggi l'opportunità di discutere del percorso intrapreso dall'IVASS, sotto l'egida della Commissione Europea, e di riflettere su quanto sperimentato.

La regolamentazione è fondamentale per la stabilità del sistema finanziario ed assicurare un buon servizio ai consumatori, ma c'è anche bisogno di una buona vigilanza, efficace ed efficiente, non solo per controllare che le regole siano effettivamente applicate, ma anche per capire come siano applicate e verificare che gli effetti della loro applicazione siano quelli attesi.

### ***Mystery shopping: verificare cosa succede davvero nella vita reale***

Ed è proprio qui che entra in gioco il *mystery shopping*.

Esso permette di verificare cosa succede davvero nella vita reale. Come viene applicata la regolamentazione: nello spirito e alla lettera.

Sappiamo che imprese ed intermediari hanno *policy* e protocolli per garantire che i processi di vendita e la consulenza offerta ai consumatori siano seguiti correttamente.

E queste *policy* e protocolli esistono non solo perché le imprese ne hanno bisogno, ma anche perché noi supervisor insistiamo molto affinché vi siano. E ciò perché crediamo siano fondamentali per proteggere i consumatori sia da *mis-selling* che da servizi di consulenza di bassa qualità.

Sono certo che compagnie e intermediari siano in grado di fornire evidenza di aver seguito tutti gli *step* del processo, secondo quanto previsto.

Eppure, nonostante la regolamentazione in atto, continuiamo a vedere consumatori non sempre soddisfatti del servizio, forse perché proprio *policy* e protocolli non sono all'altezza del compito.

Come si può cambiare la situazione? Come possiamo assicurare che ci sia la dovuta attenzione non solo alla *compliance* con le regole in essere, ma anche ai ritorni concreti per i consumatori?

Dobbiamo innanzitutto capire esattamente cosa succede durante il processo di vendita.

E quando dico esattamente, intendo proprio questo: non quello che ci può dire l'operatore (intermediario o compagnia), nè tantomeno quello che può dirci un modulo, ma la conversazione esatta che ha avuto luogo, come sono stati in concreto condivisi e spiegati i documenti informativi.

Il *mystery shopping* è lo strumento che può aiutarci.

Ed è interessante quanto emerso dal progetto-pilota:

- abbiamo visto casi in cui il processo non è stato seguito, cioè in cui non sono stati forniti documenti informativi chiave;
- casi in cui i processi sono stati seguiti, ma i prodotti sono stati venduti anche se non erano nell'interesse del consumatore;
- abbiamo visto che i prodotti sono stati offerti, anche se era chiaro che i consumatori non sarebbero stati in grado di rispettare il periodo di detenzione raccomandato.

- abbiamo visto che nonostante una conversazione sul rischio, prodotti sono stati raccomandati anche se non corrispondevano alla propensione al rischio del potenziale acquirente.
- e abbiamo anche visto prodotti venduti senza menzione di esclusioni importanti.

Senza il *mystery shopping*, pratiche di questo tipo forse non sarebbero emerse oppure sarebbero emerse troppo tardi, solo attraverso i reclami.

### ***Un cambiamento culturale che possa portare ad una diversa compliance***

Il *mystery shopping* ci aiuta a identificare pratiche di scarsa qualità che possono nascondersi anche dietro un processo seguito alla lettera.

Certo di per sè non è sufficiente ad eliminare queste pratiche. Ma crediamo che - all'interno di un kit completo di strumenti di vigilanza - possa fungere da deterrente: se assicuratori ed intermediari sanno che le loro pratiche di vendita possono essere controllate in qualsiasi momento, avranno un motivo in più per muovere verso un approccio più incentrato sul consumatore.

E come supervisor, a prescindere dall'applicazione di sanzioni o altre misure di *enforcement* (che non sono la finalità prima del *mystery shopping*), possiamo avviare un dialogo con i soggetti vigilati per un cambiamento culturale che possa portare ad una diversa *compliance*, che abbia come focus i risultati concreti per i consumatori. Un dialogo per discutere con loro della necessità di dotarsi di una cultura *consumer-centric*, aiutando le imprese a mettere gli interessi dei consumatori al centro del ciclo di vita del prodotto, dalla progettazione alla distribuzione.

Crediamo che il *mystery shopping* sia uno degli strumenti fondamentali per costruire una tale cultura.

Esercizi coordinati di *mystery shopping* a livello europeo ci aiuteranno a identificare la criticità e scala dei problemi, ed a prevenire danni ai consumatori.

E crediamo anche che una cultura in cui il cliente ha un ruolo centrale sia condizione necessaria per colmare i vari *protection gap* che registriamo quotidianamente nella nostra società: in materia di protezione contro catastrofi naturali, climate change, in materia pensionistica, o per ciò che riguarda il cyber-risk. E' chiaro che abbiamo bisogno di azioni specifiche per chiudere o ridurre almeno alcuni di questi gap. Ma e' altrettanto vero che ciascuna azione specifica dovrà sempre basarsi sulla fiducia nel sistema. E crediamo che una cultura incentrata sul consumatore sia il modo migliore per raggiungere questo obiettivo.

### ***Guardando al futuro***

Guardando al futuro, come possiamo utilizzare le lezioni apprese da questo progetto?

1. La prima cosa da dire è che l'uso del *mystery shopping* si colloca a pieno titolo tra gli strumenti di vigilanza sulla condotta di mercato.

I risultati di questo progetto-pilota mostrano la sua efficacia nell'esaminare aree come i canali di distribuzione, il cross-selling e le pratiche di vendita.

Le normative sull'uso del *mystery shopping* variano da paese a paese. Tuttavia, questo progetto-pilota – combinato con il lavoro fatto da altri nostri membri – ci ha permesso di rispondere a una serie di domande su questo strumento, e dimostra che se usato correttamente può essere estremamente utile.

2. In EIOPA stiamo usando il lavoro svolto come base per sviluppare una metodologia che può essere utilizzata dalle varie autorità di vigilanza nazionali quando inizieranno ad utilizzare il *mystery shopping* e/o per attività coordinate a livello Europeo.

3. Useremo il nostro ruolo di coordinamento per monitorare come venga usato il *mystery shopping* e per facilitare la condivisione di *best practice* e risultati.

E, laddove emergessero rischi da affrontare a livello europeo, saremo pronti a coordinare azioni congiunte con le autorità nazionali coinvolte.

### **Conclusione**

Prima di concludere, un sentito ringraziamento al presidente Signorini e all'IVASS tutta per il lavoro svolto.

Vorrei anche ringraziare i colleghi della Commissione per aver supportato questo approccio. Il lavoro svolto dalla DG REFORM nel settore dei servizi finanziari - sia nella sperimentazione di progetti-pilota come questo, sia con altri progetti in aree chiave come l'uso dell'intelligenza artificiale o l'educazione finanziaria - sono davvero preziosi per aiutare i consumatori a prendere decisioni informate sulle loro finanze, e per costruire un settore finanziario europeo più resiliente.

In EIOPA siamo convinti che il *mystery shopping*, se usato correttamente, abbia il potenziale per diventare lo strumento chiave per garantire che la regolamentazione dell'UE sia applicata in modo coerente ed anche per promuovere una cultura di *compliance* che vada oltre la forma e favorisca buoni risultati per i consumatori.

Grazie mille.