

*La Direttiva IDD – Insurance Distribution Directive –  
le principali novità e le possibili ricadute sulla  
operatività del broker.*

Intervento dell'Avv. Carlo F. Galantini  
all'assemblea ACB del 22.6.2016

# A. Le principali novità normative introdotte con la IDD

## 1. Campo di applicazione:

- estensione alle imprese di assicurazione;
- comparatori inclusi;
- restano escluse:
  - l'attività di semplice segnalazione di prodotti assicurativi o di distributori assicurativi;
  - la fornitura di informazioni ad un cliente a titolo accessorio nel contesto di altra attività professionale se il professionista non compie ulteriori iniziative di assistenza alla conclusione di un contratto di assicurazione;
  - la gestione, liquidazione o la consulenza in materia di sinistri.

## 2. Nuova definizione attività di « distribuzione assicurativa »:

La Distribuzione assicurativa è definita in modo simile alla intermediazione contemplata nella IMD, ma con l'inserzione di ulteriori elementi che divengono parte integrante dell'attività di distribuzione:

- l' "advising on" (consulenza);
- la fornitura di informazioni, relativamente a uno o più contratti di assicurazione, sulla base di criteri scelti dal cliente tramite un sito Internet o altri mezzi e la predisposizione di una classifica di prodotti assicurativi, compresi il confronto tra il prezzo e il prodotto, o lo sconto sul premio di un contratto di assicurazione, a condizione che il cliente sia in grado di stipulare un contratto di assicurazione tramite un sito internet o altri mezzi (i c.d. comparatori o broker online).

## Le principali novità normative (continua)

### 3. Distributori assicurativi

- imprese di assicurazione e/o riassicurazione che svolgono attività di vendita diretta;
- intermediari assicurativi e/o riassicurativi;
- Intermediari a titolo accessorio (“intermediari accessori”);
- Intermediari (accessori) esenti.

### 4. Intermediari accessori.

Essi sono soggetti, diversi da enti creditizi e imprese di investimento (come definiti all'art. 4 par.1 punti 1) e 2) IDD) che esercitano a titolo oneroso e accessorio attività di distribuzione assicurativa a condizione che:

- la loro attività principale sia diversa da quella della distribuzione assicurativa;
- l'attività di distribuzione sia complementare ad un prodotto o ad un servizio fornito dall'intermediario accessorio (il concetto di complementarietà è definito nella disciplina relativa all'intermediario accessorio esente – v. prossima Slide);
- i prodotti assicurativi non abbiano ad oggetto una assicurazione vita o di responsabilità civile, a meno che tali coperture non integrino il prodotto o il servizio che il distributore fornisce in via principale.

Da segnalare che questi nuovi intermediari ‘a titolo accessorio’ sono anch'essi iscritti nel Registro intermediari e sono pertanto muniti del “passaporto europeo”, ossia possono agire in tutti i paesi membri in stabilimento o in libertà di prestazione di servizi.

## Le principali novità normative (continua)

### 5. Intermediari (accessori) esenti.

Essi sono soggetti che esercitano attività di distribuzione assicurativa a titolo accessorio a condizione che:

- i prodotti venduti siano “complementari” al prodotto fornito o al servizio prestato e coprano il deterioramento, perdita o danneggiamento della cosa o il mancato uso del servizio; per le garanzie accessorie a viaggi la copertura riguarda il danneggiamento o la perdita del bagaglio e altri rischi connessi al viaggio prenotato;
- limite del premio annuo versato non superiore a € 600 o, nel caso di copertura accessoria ad un servizio la cui durata non è superiore a 3 mesi, a € 200 per persona;
- le imprese e gli intermediari che si avvalgono dell’opera di intermediari esenti devono garantire che questi adempiano agli obblighi di informativa precontrattuale e di comportamento previsti per questo tipo di intermediari.

## Le principali novità normative (continua)

### 6. Definizione di prodotti di investimento assicurativo.

I prodotti di “investimento assicurativo” (Insurance Based Investment Products) sono definiti come prodotti assicurativi che prevedono prestazioni alla scadenza di un certo periodo (ovvero all'accadimento di certi eventi), oppure riscatti, il cui valore sia in tutto o in parte esposto, direttamente o indirettamente, alle fluttuazioni dei mercati finanziari.

Sono esclusi:

- i prodotti assicurativi non vita di cui all'All. I della Direttiva 2009/138/CE (rami di assicurazione non vita);
- i prodotti vita c.d. di pura protezione (polizze vita che prevedono prestazioni solo in caso di decesso o per incapacità dovuta a lesione, malattia o disabilità) e quelli pensionistici e di previdenza integrativa.

Come si vedrà meglio in seguito i prodotti finanziari assicurativi sono soggetti a particolari previsioni in tema di informativa precontrattuale, conflitti di interesse, remunerazione e condotta al punto vendita.

# Le principali novità normative (continua)

## 7. Autorità competenti

L'art. 12 della IDD prevede che:

- Gli Stati membri designano le autorità competenti per l'attuazione della Direttiva e ne informano la Commissione indicando l'eventuale ripartizione per funzioni;
- In forza del combinato disposto con l'art.3 (1), le autorità competenti a gestire la registrazione degli intermediari e la raccolta delle regole di carattere imperativo per ogni singolo Stato, devono essere enti pubblici o enti riconosciuti ed autorizzati a svolgere simile attività in forza di legge;
- Per espressa previsione, non possono essere autorità competenti le imprese di assicurazione o riassicurazione o le associazioni i cui membri includono direttamente o indirettamente imprese di assicurazione o riassicurazione o intermediari assicurativi o riassicurativi (sembra quindi di dover ritenere archiviato il progetto dell'ORIA o che tale ipotizzato ente possa essere adibito a compiti di tenuta e amministrazione del Registro nel ruolo di outsourcer).

## Le principali novità normative (continua)

### 8. Principi generali e conflitti di interesse.

#### Art.17:

- Obbligo di agire sempre in modo onesto, imparziale (*rectius* corretto) e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti (nel testo inglese: “nel miglior interesse dei clienti”);
- Informazioni, comprese le comunicazioni di marketing, devono essere imparziali, chiare e non fuorvianti;
- Divieto per i distributori di ricevere o offrire ai propri dipendenti un compenso, nonché di valutare le loro prestazioni in modo contrario al (*rectius*: in modo tale da confliggere con il) loro dovere di agire nel migliore interesse dei clienti;
- divieto di adozione di disposizioni in tema di compenso o obiettivi di vendita che incentivino la raccomandazione ai clienti di un certo tipo di prodotto, quando possano fornire prodotti diversi che risponderebbero meglio alle esigenze del cliente.

## Le principali novità normative (continua)

### Art.19:

- Obbligo di informare il cliente, in tempo utile prima della conclusione del contratto, se l'intermediario assicurativo:
  - detenga partecipazioni pari o superiori al 10% di un'impresa di assicurazione;
  - sia partecipato in misura pari o superiore al 10% da parte di un'impresa di assicurazione.
  
- Riguardo ai contratti proposti o oggetto di consulenza:
  - i. se fornisca consulenza in base ad un'analisi imparziale e personale (*rectius*: personalizzata);
  - ii. se abbia un obbligo di distribuire esclusivamente prodotti di una o più imprese di assicurazione;
  - iii. se non sia vincolato ad un obbligo di distribuire prodotti di una o più imprese né svolga consulenza in base ad un'analisi imparziale e personalizzata, ma intrattenga o possa intrattenere rapporti di affari con imprese assicuratrici.

## Le principali novità normative (continua)

### 9. Doveri di comportamento e informativa precontrattuale.

#### Advice

Tradotto con il termine “consulenza”; che viene definita come la fornitura di raccomandazioni personalizzate a un cliente, su sua richiesta o su iniziativa del distributore, in relazione a uno o più prodotti assicurativi.

#### Art.20:

Il distributore è tenuto ad effettuare il c.d. “needs and demands test” e a fornire un prodotto che sia in linea con le esigenze assicurative del cliente e le richieste da esso formulate; in altre parole, è tenuto a fornire un prodotto “adeguato”.

In aggiunta, se il distributore offre una consulenza (advice), egli è tenuto a fornire una raccomandazione personalizzata contenente i motivi per cui un particolare prodotto sarebbe più indicato a soddisfare le esigenze e le richieste del cliente.

Sembra di capire che l’“advice”, sia qualcosa in più rispetto alla verifica dell’adeguatezza, da condursi secondo il test dei bisogni e delle richieste del cliente.

## Le principali novità normative (continua)

Sotto un profilo logico, tuttavia, è difficile tracciare una differenza apprezzabile tra i due concetti.

Entrambi questi adempimenti dovranno quindi essere chiariti o da parte del Legislatore europeo (in sede di elaborazione dei pertinenti atti delegati) o in sede di trasposizione della Direttiva in norma interna del nostro Ordinamento.

### Art.18:

in tempo utile prima della conclusione del contratto, l'intermediario deve:

- informare il cliente se l'intermediazione è svolta con “advice” o “senza advice”;
- segnalare al cliente se egli rappresenta il cliente o se sta agendo per conto dell'impresa assicuratrice.

L'introduzione della possibilità di distribuire prodotti assicurativi “senza advice” rappresenta una delle numerose conseguenze della c.d. “mifidizzazione” della distribuzione assicurativa e, paradossalmente, potrebbe portare ad un livello inferiore di protezione del Cliente.

## Le principali novità normative (continua)

### Remuneration

- il testo della IDD, in generale,
  - non prevede la disclosure obbligatoria circa la misura delle provvigioni,
  - né un divieto di essere remunerati con commissioni pagate dal fornitore del servizio assicurativo anziché a fees;
- L'obbligo di disclosure riguarda, infatti, solo la natura della remunerazione ed il soggetto su cui grava l'onere di pagare le commissioni;
- Per di più, il testo dell'art.19 sembra ammettere che l'intermediario venga retribuito con provvigioni, con fees ed anche con altri tipi di remunerazioni o benefici economici che possono anche cumularsi fra loro; ovviamente questa constatazione deve coordinarsi con il precetto generale di cui all'art.17 che pone limiti agli incentivi economici che influiscano negativamente sulla qualità del servizio di distribuzione;
- Da notare, però, che tanto nel campo della distribuzione dei prodotti non vita, quanto in relazione ai prodotti di investimento assicurativo (IBIP's) – di cui diremo dopo - la IDD prevede la libertà per gli Stati membri di imporre regimi più restrittivi o di limitare o persino di vietare la possibilità che i distributori di prodotti assicurativi percepiscano commissioni da parte di soggetti terzi rispetto al Cliente (art.22 e 29).

## Le principali novità normative (continua)

### 10. PID e POG.

- **PID**

Ai sensi dell'art.20 il distributore assicurativo, in relazione ai prodotti non vita e che non rientrino nella categoria dei “grandi rischi”, è tenuto a fornire al cliente il c.d. “PID” ossia il “Product Information Document”, vale a dire una scheda del prodotto che si sta per collocare, nella quale siano riassunte le principali caratteristiche del prodotto ed, in ogni caso, le informazioni elencate nell'art.20 al punto 8;

Si tratta di informazioni sostanzialmente abbastanza simili a quelle già previste dall'art.185 del nostro CAP; sotto questo profilo si segnala che IVASS si è già portata avanti proponendo una revisione della nota informativa per la distribuzione dei prodotti dani che attualmente è in consultazione;

-.

Da notare, però, che la forma ed il contenuto che dovrà avere il predetto PID saranno specificate dall'EIOPA la quale emetterà specifici technical standard sul punto.

## Le principali novità normative (continua)

### • POG

L'art.25 della IDD stabilisce che le imprese di assicurazione, così come gli intermediari qualora essi siano coinvolti nella elaborazione delle condizioni contrattuali che vengano inserite nel prodotto, pongano in essere delle procedure o funzioni aziendali volte a far sì che, per ogni prodotto immesso sul mercato vi sia un processo di verifica:

- dello specifico target di clientela cui il prodotto è rivolto;
- del fatto che tutti i rischi rilevanti per quella categoria di clientela vengano valutati;
- del fatto che il prodotto venga distribuito con strategie e attraverso canali adeguati rispetto al target di clientela prescelto;
- del fatto che le imprese compiano ogni azione atta ad assicurare che la distribuzione del prodotto sia in concreto rivolta al target di clientela prescelto;

per gli intermediari che non contribuiscano alla elaborazione del prodotto assicurativo, è stabilito l'obbligo di porre in essere processi organizzativi aziendali che permettano di ottenere dalle imprese le suddette informazioni riguardanti il processo di approvazione dei prodotti oltre a comprendere esattamente le caratteristiche e il target di clientela per ogni prodotto.

La normativa sul POG non si applica agli intermediari accessori esenti, né alla distribuzione di prodotti che assicurano grandi rischi.

## **Le principali novità normative (continua)**

### **11. Formazione professionale in continuo.**

- Viene stabilito l'obbligo di mantenere una formazione professionale in continuo, con la previsione di 15 ore all'anno;
- Nell'allegato 1 alla Direttiva vengono descritti i requisiti minimi di conoscenza e competenza che sono richiesti a ciascun distributore/intermediario, modulandoli per il comparto vita e non vita oltre che per specifiche linee di business.

### **12. Modalità di informativa al cliente.**

- Semplificazione delle regole in materia di distribuzione a distanza in via telematica;
- nella sostanza si dà la possibilità di interloquire validamente con il cliente anche attraverso l'invio di documenti e dichiarazioni via posta elettronica qualora lo stesso cliente usi abitualmente tale mezzo e abbia contattato l'intermediario mediante tale mezzo.

## Le principali novità normative (continua)

### **13. Regole aggiuntive in materia di distribuzione di prodotti di investimento assicurativo (Insurance Based Investment Products).**

- La IDD contiene un capitolo VI dedicato alla distribuzione dei prodotti di investimento assicurativo; in inglese definiti come Insurance Based Investment Products (in seguito IBIPs).
- I distributori di IBIPs devono dotarsi di strumenti organizzativo - aziendali idonei ad individuare e prevenire conflitti di interesse con i clienti. Nel caso in cui tali conflitti non possano essere evitati, i distributori dovranno fare in modo che tali conflitti non arrechino danni alla stessa clientela.
- Sono previsti inoltre addizionali obblighi di informativa precontrattuale concernenti i rischi del prodotto e tutti i costi che il cliente è chiamato a sopportare.
- Quando la distribuzione avviene con “advice”, inoltre, il distributore è tenuto a fornire al cliente una valutazione periodica circa la persistenza della adeguatezza del prodotto collocato, anche in relazione alle condizioni personali del cliente.

## Le principali novità normative (continua)

- Art.27: i distributori assicurativi devono mantenere e applicare disposizioni organizzative e amministrative efficaci, proporzionate alla loro natura, all'attività svolta e ai prodotti venduti, al fine di evitare che i conflitti di interesse incidano negativamente sugli interessi dei propri clienti;
- Art.28:
  - i distributori assicurativi devono adottare ogni misura appropriata per identificare, prevenire e gestire i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra loro, inclusi i dirigenti e i dipendenti o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di qualsiasi attività di distribuzione assicurativa attraverso presidi organizzativi e amministrativi;
  - se i presidi adottati non sono sufficienti a scongiurare il rischio di conflitto, i distributori devono informare chiaramente il cliente, prima della conclusione di un contratto, sulla natura e le fonti di tale conflitto fornendo dettagliate informazioni su supporto durevole onde consentire che il cliente assuma una decisione consapevole;
  - la Commissione ha il compito di definire i criteri e le misure che i distributori devono adottare al fine di identificare, prevenire e gestire i conflitti di interesse.

## Le principali novità normative (continua)

- Art.29(2): il distributore sarà considerato adempiente agli obblighi di cui agli art.17 (1) e 27 in tema di prevenzione dei conflitti di interesse solo se il pagamento o la ricezione di onorari, commissioni o benefici non monetari da soggetti diversi dai clienti (i.e. inducement) non pregiudicano la qualità del servizio prestato e il corretto adempimento dell'obbligo di agire nel migliore interesse del cliente;
- Considerando 57: al fine di garantire che gli inducement non si ripercuotano negativamente sulla qualità del servizio il distributore deve elaborare, adottare e riesaminare regolarmente le politiche e le procedure relative ai conflitti di interesse e dare adeguate informazioni relative a detti inducement (cfr. anche art.29(3));
- Art. 29(3): gli Stati membri possono prevedere requisiti più rigorosi, finanche limitare o vietare l'accettazione o la ricezione di onorari, commissioni o altri benefici monetari o non monetari pagati o forniti ai distributori di prodotti assicurativi da terzi o da una persona che agisce per conto di terzi in relazione alla distribuzione di prodotti assicurativi.
- Art.29(4): la Commissione ha il compito di precisare i criteri per valutare:
  - se gli incentivi corrisposti o percepiti abbiano un impatto negativo sulla qualità del servizio al cliente;
  - il rispetto degli obblighi di agire in modo onesto, equo e professionale nel miglior interesse del cliente.

## Le principali novità normative (continua)

- Art.30:
  - quando la distribuzione avviene con “advice”, il distributore è tenuto a collocare prodotti che siano adeguati e adatti alla situazione personale del singolo cliente, da valutarsi in concreto (suitability);
  - quando la distribuzione avviene senza “advice” il distributore è tenuto a chiedere quale sia la conoscenza e l’esperienza del cliente in relazione al tipo di prodotto intermediato, al fine di verificare che il prodotto sia appropriato, ossia adatto alla categoria di clientela cui appartiene il potenziale contraente (appropriateness).
- Nei casi di vendita senza “advice” il distributore è esonerato anche dagli adempimenti descritti in quest’ultimo sotto-paragrafo qualora:
  - i prodotti assicurativi implicano l’esposizione verso soli prodotti considerati non complessi ai sensi della Direttiva MiFID II o che non incorporino strutture che rendano difficile capire quali siano i rischi inerenti a tali prodotti;
  - l’attività di distribuzione sia stata sollecitata da parte del cliente;
  - il cliente sia avvisato del fatto che la distribuzione avviene senza obbligo per il distributore di valutare la appropriatezza del prodotto;
  - il distributore assicurativo sia adempiente in relazione agli obblighi in tema di conflitti di interesse di cui agli artt.27 e 28.

## Le principali novità normative (continua)

### 14. La distribuzione in FOS e FOE (artt. 4-9 IDD).

- Ai sensi dell'Art.6 comma 1 ultimo periodo, l'eventuale presenza permanente di un intermediario nel territorio di uno stato membro che equivalga a una succursale è considerata al pari di una succursale, a meno che l'intermediario non stabilisca legalmente tale presenza sotto altra forma giuridica;
- La definizione di succursale (Art.2 Definizioni n.12), da integrarsi con il considerando n.25, fa riferimento a una succursale o agenzia situata sul territorio di uno stato membro ospitante, la quale ricorre quando vi sia la presenza non occasionale di un soggetto che agisca per conto dell'impresa come un agente.
- Simili disposizioni, nel testo italiano sembrano confliggere con gli orientamenti espressi nella Comunicazione della Commissione sui general good principles del 2000; la soluzione sta nel far prevalere il testo in inglese dove si precisa che il soggetto che agisce sul territorio dello stato ospitante deve essere dotato di una "authority", per conto dell'impresa, ossia deve avere poteri di rappresentanza.

## Le principali novità normative (continua)

In caso di violazione degli obblighi previsti per la libera prestazione di servizi e per la libertà di stabilimento:

- Le autorità competenti dello Stato ospitante ne informano le autorità competenti dello Stato di origine;
- Se è necessaria un'azione immediata, lo Stato ospitante può adottare misure idonee a prevenire o sanzionare le irregolarità commesse con possibilità di impedire l'esercizio dell'attività sul suo territorio ;
- lo Stato ospitante adotta le misure necessarie per porre fine a dette violazioni e le comunica all'intermediario trasmettendo un documento motivato.

Resta impregiudicato il potere degli Stati ospitanti di adottare, se necessario, misure adeguate e non discriminatorie per sanzionare le irregolarità commesse e contrarie a disposizioni giuridiche nazionali (art.9 e 11(1)) con facoltà di impedire l'esercizio dell'attività dell'intermediario interessato nel suo territorio.

Lo stesso vale nei casi in cui il distributore svolga la propria attività o sia stabilito nel territorio di uno Stato membro ospitante al solo scopo di evitare disposizioni giuridiche che gli sarebbero applicabili in altro Stato membro ospitante.

## B. Possibili aree di intervento sul CAP e prevedibili impatti pratici.

### 1. Possibile revisione delle sezioni del RUI:

- Riformulazione delle sezioni o inserimento di ulteriore sezione per intermediari accessori? Quest'ultima opzione è altamente probabile, ma, visto anche il progetto normativo relativo all'ORIA, è probabile anche una 'rivisitazione' delle sezioni del RUI;
- Maggiori obblighi di comportamento e di informativa precontrattuale:
  - distribuzione con o senza advice; per i prodotti non vita si dovrà precisare in cosa consista la differenza tra l' advice e il needs and demands test;
  - specifica relativa al fatto di agire per il cliente o per la impresa;
- Dettaglio delle regole in materia di PID e POG.

### 2. Per il comparto della distribuzione di polizze di investimento assicurativo:

- possibili opzioni relative al mantenimento delle regole del TUF e Regolamenti Consob;
- possibile obbligo di consulenza per tutti i casi di distribuzione;
- possibile divieto di commissioni pagate da soggetti terzi rispetto al cliente.

### 3. Possibile rivisitazione dell'intero comparto della commercializzazione a distanza con reale semplificazione della normativa relativa ai processi e alle procedure da seguire.

## C. Gli scenari connessi alla Digitalizzazione e al Big Data.

- La Digitalizzazione e l'influenza del Big Data;
- Il Green Paper on Retail Investments;
- La distribuzione tramite social network;
- Una istruttiva esperienza aziendale di un operatore Globale;
- Una virtuosa esperienza di distribuzione telematica segnalata da un broker straniero;
- Possibili linee di azione:
  - formazione;
  - azioni sinergiche volte allo studio e alla realizzazione di piattaforme digitali interfacciate con le imprese assicurative.

# *Galantini & Partners*

Studio Legale Associato

Via Santa Sofia 27 - 20122 Milano -

[studio@galantiniepartners.eu](mailto:studio@galantiniepartners.eu) -

tel.02.58306022