

**RELAZIONE****REGOLAMENTO CONCERNENTE LA DISCIPLINA DELLA TRASPARENZA DEI PREMI E DELLE CONDIZIONI DI CONTRATTO NELL'ASSICURAZIONE OBBLIGATORIA PER I VEICOLI A MOTORE E NATANTI, DI CUI ALL'ARTICOLO 131 DEL DECRETO LEGISLATIVO 7 SETTEMBRE 2005, N. 209 – CODICE DELLE ASSICURAZIONI PRIVATE.**

Il Regolamento reca le disposizioni di attuazione dell'articolo 131 del Codice delle Assicurazioni Private (di seguito "Codice") che attribuisce all'ISVAP il potere di disciplinare gli adempimenti a carico delle imprese e degli intermediari in materia di trasparenza dei premi e delle condizioni di contratto relativamente all'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e i natanti. L'articolo 131 recepisce in parte il disposto dell'articolo 12 bis della legge 24 dicembre 1969, n. 990 ed è stato recentemente integrato dalla legge 4 agosto 2006 n. 248 di conversione del decreto-legge 4 luglio 2006 n. 223.

Il Regolamento, allo scopo di garantire un adeguato livello di informativa e trasparenza a favore dei consumatori, nel riprendere istruzioni già impartite al mercato con la Circolare ISVAP n. 502 del 25 marzo 2003, completa la regolamentazione dando attuazione alle disposizioni della citata legge 248/2006 che, attraverso la modifica dell'articolo 131 del Codice, prevede nuovi e specifici obblighi a carico delle imprese e degli intermediari.

Il Regolamento si compone di tre Capi.

Il **Capo I** contiene le fonti normative (articolo 1), la definizione delle espressioni usate (articolo 2) e l'individuazione dell'ambito di applicazione (articolo 3).

Il **Capo II** regola gli obblighi di trasparenza e di informativa e si compone di due Sezioni.

La **Sezione I** concerne gli obblighi a carico delle imprese, tenute a mettere a disposizione del pubblico, presso ogni punto vendita e nei propri siti internet, i documenti precontrattuali, le condizioni generali e speciali di polizza praticate nonché a rendere disponibile un servizio gratuito di preventivazione personalizzata. Si tratta di documenti ed informazioni che rivestono particolare importanza ai fini di una scelta informata da parte del consumatore, il quale viene posto in grado di effettuare confronti tra i diversi prodotti assicurativi offerti e di valutarne la convenienza non solo in termini economici, ma anche con riguardo ai contenuti delle garanzie e all'idoneità a soddisfare le proprie esigenze. Ciò nell'ottica di facilitare la mobilità dell'utenza, di incentivare la concorrenza tra le imprese e quindi di favorire un contenimento delle tariffe.

Riguardo ai contenuti ed alle caratteristiche della nota informativa, il Regolamento rinvia alle disposizioni vigenti, che restano applicabili fino alla emanazione del Regolamento che disciplina la nota informativa per tutti i contratti assicurativi, sia dei rami vita, sia dei rami danni in attuazione dell'articolo 185 del Codice.

Con riguardo al servizio di preventivazione gratuita, il Regolamento stabilisce che le imprese, ai fini del rilascio del preventivo, sono tenute a considerare tutti gli elementi di personalizzazione previsti dalla tariffa. Il preventivo, elaborato sulla base delle risposte fornite da ciascun consumatore, contiene l'indicazione del premio globale richiesto per la copertura (riportando gli elementi di personalizzazione utilizzati dall'impresa nel caso concreto), la misura delle provvigioni dell'intermediario e la misura dello sconto eventualmente applicato. Esigenze di garantire una efficace ed agevole informativa del consumatore, anche a fini di comparabilità, hanno determinato la scelta di indicare la

provvigione sia in valore assoluto che in percentuale precisando, in tale ultimo caso, che la provvigione è calcolata sul premio globale.

Nel caso in cui l'impresa operi attraverso intermediari, il preventivo rilasciato tramite sito internet, non potendo individuare con esattezza l'intermediario al quale eventualmente il cliente sceglierà di rivolgersi, indica la misura massima della provvigione riconosciuta dall'impresa alla rete di intermediari di cui si avvale per l'acquisizione dei contratti, con la precisazione che la provvigione del singolo intermediario può essere inferiore.

Per garantire la migliore fruibilità del preventivo richiesto *on line* sono state specificamente regolamentate caratteristiche e funzionalità tecniche del sito internet delle imprese.

Il Regolamento disciplina, altresì, gli obblighi di trasparenza e informativa in relazione alla polizza, che dovrà contenere gli stessi elementi di dettaglio relativi alla composizione del premio riportati nel preventivo. In relazione ai contratti con clausola di tacito rinnovo, analoga indicazione dovrà essere contenuta nelle quietanze di rinnovo della polizza.

Per quanto concerne in particolare gli obblighi di trasparenza in materia di sconti la regolamentazione tiene conto dell'attuale disposto dell'articolo 131 del Codice, come modificato dall'articolo 8 della legge 248/2006, il quale prevede che sia i preventivi che le polizze indichino lo sconto complessivamente riconosciuto al sottoscrittore del contratto.

Nell'ipotesi di preventivo richiesto tramite internet ad un'impresa che opera sia mediante tecniche di vendita diretta sia attraverso intermediari, il Regolamento prevede che il preventivo rilasciato contenga l'avvertenza circa la possibilità per il consumatore di ottenere uno sconto rivolgendosi rispettivamente alla direzione o all'intermediario.

La disciplina del Regolamento in tema di sconti è strettamente correlata al dettato dell'articolo 8 della legge citata, che stabilisce il divieto di clausole (o direttive impartite dalle imprese alle proprie reti commerciali) che impongano ai distributori prezzi minimi o sconti massimi praticabili ai consumatori.

In proposito, riguardo al riferimento ai "prezzi minimi" occorre innanzitutto precisare che l'Autorità non ritiene possibile far derivare dalla norma in questione una totale assenza di limiti alla riduzione del premio di tariffa da parte dell'intermediario con effetti nei confronti dell'impresa. I principi tecnico-giuridici di sana e prudente gestione, stabilità finanziaria e solvibilità, l'obbligo di preventiva fissazione di condizioni contrattuali e tariffe per ogni rischio dell'assicurazione obbligatoria r.c.auto (articolo 132 del Codice) e di costruzione delle stesse tariffe in coerenza con le relative basi tecniche (articolo 35 del Codice), non consentono all'intermediario di fissare liberamente il prezzo della garanzia quale corrispettivo da attribuire all'impresa per la copertura del rischio.

Quanto al divieto di imposizione ai distributori di sconti massimi praticabili ai consumatori, l'Autorità ritiene compatibile con le finalità e con la formulazione dell'articolo 8 della legge 248/2006 la permanenza di una flessibilità tariffaria sistematica che si espliciti mediante istruzioni impartite *ex ante* dalle imprese alla propria rete distributiva, volte unicamente a stabilire in via preventiva la misura complessiva degli sconti riconoscibili alla clientela in un determinato periodo di tempo (il c.d. "monte sconti").

Tenuto conto del fabbisogno tariffario complessivo, le imprese hanno, pertanto, la facoltà di utilizzare la flessibilità quale strumento di riduzione del premio rispetto alla tariffa in corso al fine di effettuare una ulteriore "personalizzazione" del rischio in relazione alle caratteristiche del singolo assicurato.

E' fatto divieto alle imprese di indicare alle proprie reti distributive limiti in ordine alla misura degli sconti praticabili ai singoli assicurati, rispetto al premio di tariffa.

Le imprese potranno, dunque, continuare a determinare un "monte sconti" nel rispetto della stabilità della tariffa, ferma restando l'autonomia dell'intermediario in ordine ai casi ed alla misura dello sconto da riconoscersi al singolo cliente, quale fattore di concorrenza.

Il regime degli sconti come sopra descritto, in linea con il parere reso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in data 30 novembre 2007, potrà consentire agli

intermediari - venuti meno i limiti fissati dalle imprese in relazione alla possibilità di scontare il singolo contratto - di “personalizzare” al meglio il premio, anche in ragione della conoscenza della clientela e del mercato locale; i consumatori, adeguatamente informati, potranno rafforzare le pratiche di negoziazione in sede di trattativa con l’intermediario.

La **Sezione II** concerne gli obblighi di trasparenza a carico degli intermediari, tenuti ad affiggere nei propri locali una informativa sulla misura delle provvigioni percepite. Uguale informativa deve essere inserita in un documento *ad hoc* rilasciato al contraente prima della sottoscrizione del contratto. Per assolvere a tale ultima incombenza, in una ottica di contenimento dei relativi oneri, potrà essere utilizzata la documentazione precontrattuale introdotta dal Regolamento ISVAP n. 5/2006 in materia di intermediazione.

Gli obblighi in questione, introdotti *ex novo* dalla legge 248/2006, consentono la confrontabilità delle provvigioni che gli intermediari percepiscono dalle diverse imprese con le quali eventualmente operino, stante il divieto di clausole che prevedano la distribuzione in esclusiva imposto dalla legge citata.

Nel caso in cui la vendita del prodotto avvenga attraverso una filiera articolata di intermediari, la misura della provvigione da indicarsi è quella riconosciuta all’intermediario che opera per la distribuzione in virtù di un rapporto diretto con l’impresa. Si ritiene infatti che tale soluzione coniughi l’interesse del consumatore a conoscere la parte del premio imputabile a titolo di compenso per l’acquisizione della polizza, così da poter effettuare utili confronti tra i prodotti offerti dal mercato anche sotto questo profilo, con l’esigenza di semplificazione degli adempimenti amministrativi a carico di imprese e intermediari.

Il **Capo III** contiene le disposizioni finali. In particolare, in conseguenza della nuova regolamentazione, viene abrogata la Circolare ISVAP n. 502 del 23 marzo 2003 relativamente ai punti A.1 (Obbligo di predisposizione di un preventivo personalizzato) e B.1 (Flessibilità tariffaria).

L’entrata in vigore del Regolamento, fissata al 1° ottobre 2008, tiene conto dell’impatto organizzativo derivante dagli adeguamenti necessari agli operatori per ottemperare alla nuova disciplina.