

Dalla Mifid sempre maggiori oneri e responsabilità per l'intermediario di assicurazione

# Dopo l'Isvap la Consob: nuovi oneri

## Arriverà a breve il regolamento unit, index e capitalizzazioni

DI VINCENZO CIRASOLA

La Mifid, acronimo di Markets financial instruments directive, comincia a muovere i suoi passi anche sul territorio italiano, con l'ambizione di affrontare e rimediare alle cattive abitudini che hanno sfiduciato i mercati agli occhi degli investitori. Il 1° novembre 2007 è il termine ultimo per l'adeguamento di tutti i prodotti unit, index e di capitalizzazione.

La consulenza finanziaria diventa un'attività riservata, che dovrà essere chiaramente distinta dalla fornitura di consigli generici attraverso le reti di distribuzione ed esercitata con precisi obblighi per i consulenti sotto la vigilanza della Consob.

I capisaldi sono l'introduzione della figura del consulente finanziario e del principio di best execution che obbligherà gli intermediari a eseguire l'ordine del cliente alle migliori condizioni: giro di vite, inoltre, sul conflitto d'interesse delle banche e precisi vincoli di trasparenza nella vendita al pubblico di bond e azioni.

A tutela degli investitori, il decreto di recepimento attribuisce ampi poteri regolamentari a Consob e Banca d'Italia secondo un approccio parzialmente in-

novativo, prevedendo che, fermo restando il principio della ripartizione di competenze sulla base delle finalità perseguite, determinate materie siano oggetto di un regolamento congiunto delle due autorità chiamate anche alla definizione di specifici protocolli di collaborazione e coordinamento nell'esercizio della vigilanza.

Nuove e più stringenti saranno le regole di condotta degli intermediari, con evidenti ennesimi riflessi sull'attività degli agenti di assicurazione nel collocamento di contratti di assicurazione di cui ai rami III e V, con esclusione delle forme pensionistiche individuali e indubbe ripercussioni sulle economie di scala delle imprese agenzie.

Il riferimento è ora ai prodotti finanziari assicurativi come le unit, le index e quelli di capitalizzazione, ora a quelli di matrice più squisitamente finanziaria collocati dagli agenti-promotori per conto delle sim e per i quali essi saranno obbligati ad acquisire dal cliente nuove e ulteriori informazioni per valutare «l'adeguatezza della consulenza prestata e del servizio di gestione del portafoglio offerto e l'appropriatezza degli strumenti offerti» a fronte di commissioni irrisorie. A peggiorare lo scena-

rio la conseguente abrogazione della circolare Isvap n. 551, alla cui lettera si era ormai adeguata anche l'intera architettura agenziale, con evidenti investimenti a perdere e la sovrapposizione con la disciplina assicurativa già esistente.

Sembra lecito a questo punto dubitare che si stia consolidando da alcuni anni a questa parte, sulle ceneri dei disastri che hanno attentato al risparmio, una massiccia produzione legislativa, di matrice comunitaria o nazionale, che ha come fulcro la pretesa tutela del consumatore.

Non altrettanto può invece dirsi per l'intermediario, professionista in assicurazione come interlocutore diretto del bisogno di sicurezza della collettività dei risparmiatori, mediante il contributo reso in modo decisivo al superamento del paradosso della sicurezza, anche negli anni bui del risparmio tradito, continuando ad assolvere, pur in totale assenza di incentivi di natura economica e normativa, a una funzione formativa del consumatore cliente che, prima ancora del rendimento, oggi cerca a buon motivo la sicurezza.

È infatti cosa nota a tutta la nostra categoria il consolidarsi di un processo inversamente proporzionale al crescere degli

oneri e delle responsabilità, che rischierà di minare alle fondamenta le economie del sistema agenziale.

In altre parole, la contropartita dei maggiori oneri e delle crescenti responsabilità continua a essere rappresentata da prodotti assicurativi finanziari privi di redditività, quasi a voler confermare il persistere del disconoscimento del valore economico dell'attività consulenziale resa dall'agente di assicurazioni e del servizio di fatto offerto, senza soluzione di continuità, al cliente risparmiatore.

Completa il quadro il fatto che bisogna conoscere il funzionamento e le regole che l'informazione sottende e saperle trasferire. Ma non è una novità che un preteso eccesso di informazione, per dirla alla Umberto Eco, fa disinformazione. Vieppiù nella fattispecie in esame dove, ancora una volta, l'onere della gestione di una massa critica di informazioni e di procedure sottese al trasferimento delle stesse, di fatto illeggibili per il risparmiatore, ricade sull'intermediario tout court con tutte le conseguenze del caso.

Senza nulla togliere alla bontà delle intenzioni dell'impianto legislativo in esame, lecito resta allora domandarsi se esso possa realmente rappresentare la

panacea per la riconquista della fiducia del consumatore e se servirà veramente a tutelarlo; oppure il cliente continuerà a fidarsi dell'agente, come ha sempre fatto?

A doverci fare riflettere sono sostanzialmente tre aspetti: la Mifid attiene al mondo della finanza restando di non facile lettura e comprensione per i non addetti ai lavori e nel suo alveo, non dimentichiamolo, ricade una vasta fetta della nostra clientela; il secondo aspetto, non meno importante, risiede invece alla sfera emotiva del cliente nella relazione con l'agente, dove il rapporto, di fatto improntato sulla fiducia, trova il suo limite invalicabile in una produzione documentale e in una pretesa richiesta di informazioni che rischiano di produrre sul risparmiatore cliente un effetto controproducente; terzo, ma non ultimo in ordine di importanza, il perseverare di una volontà a non voler monetizzare l'attività consulenziale e formativa che l'impianto legislativo sottende e pone a carico dell'agente promotore, rischiando di far apparire la (già impercettibile) misura della remunerazione riconosciutagli come un'elargizione non dovuta, posta a carico del cliente.

— riproduzione riservata —

Dalla Comunità europea una spinta nei confronti della liberalizzazione

## Favorevoli al plurimandato, ma sono i fatti che contano

DI ROBERTO BIANCHI

In sei mesi di dibattito intorno alla caduta dell'esclusiva abbiamo capito che l'unica cosa sicura è l'incertezza. La maggioranza degli agenti è favorevole al plurimandato perché percepisce istintivamente, prima ancora che razionalmente, i vantaggi derivanti alla categoria e al consumatore dalla sua introduzione, ma il coro delle cassandre che paventano le più astruse conseguenze negative ha fatto più di qualche breccia nel muro compatto che, per oltre dieci anni, si era battuto a favore della libertà imprenditoriale della categoria. La questione, in fondo, non è stabilire a priori se ha ragione il sindacato nel rallegrarsi per il risultato conseguito o le imprese nel cercare di limitare i danni determinati dalla perdita dell'esclusiva zoppa. Quello che conta è sempre la prova dei fatti e l'ampliamento della concorrenza non può che generare un innalzamento del livello di qualità del servizio e una contestuale riduzione delle tariffe. Si tratta piuttosto di capire come farà la maggioranza silenziosa degli intermediari che intende riservare alla propria clientela un'offerta ricca e differenziata a realizzare praticamente il proprio bisogno di indipendenza professionale. In altri termini: quali sono i modelli di sviluppo organizzativo e commerciale ai quali si devono ispirare gli agenti che intendono avvalersi dell'istituto del plurimandato? L'approfondimento deve essere dedicato all'individuazione dei benchmark di riferimento cui orientare gli investimenti e le scelte organizzative della rete agenziale. Non sono più sufficienti le dichiarazioni di principio, occorre ora indicare il percorso necessario affinché le agenzie non rischino di soffocare nel labirinto burocratico che ciascuna compagnia imporrebbe loro. Innanzitutto è necessario creare una piattaforma informatica che consenta la

trasmissione a doppia via dei dati e delle informazioni verso più direzioni, in modo che l'ambiente agenziale non si trasformi in una foresta di schermi e di cavi destinati a duplicare inutilmente procedure identiche, ma indirizzate a destinatari diversi.

Occorre poi individuare il maggior numero di forme alternative alla ripetizione diretta di più mandati. Le agenzie possono strutturarsi in consorzi o società di servizi che mettano a comune denominatore il catalogo prodotti di ciascuna di esse, in modo che i rischi respinti dalla mandante di riferimento o rifiutati dal cliente possano essere collocati mediante la cooperazione con colleghi di altre compagnie. E ancora indicare con chiarezza le regole giuridiche e contrattuali sulle quali costruire, attraverso centri di acquisto e gruppi aziendali, rapporti di collaborazione collettivi con broker, con compagnie italiane e straniere, con fabbriche produttive generaliste o specializzate. Non si trascuri infine l'importanza della formazione, intesa come momento di crescita imprenditoriale della categoria, attesa ad affrontare sfide di crescente difficoltà, a mano a mano che i competitori più aggressivi, banche e poste in testa, saranno riusciti a occupare nuovi segmenti di mercato. Insomma, diamo un taglio alle chiacchiere accademiche e passiamo ai fatti, sempre tenendo presenti due condizioni essenziali: il sindacato deve muoversi considerando gli agenti come un insieme il cui peso specifico è proporzionale alla propria capacità di proporsi come sistema di rete, ai gruppi agenti è fatto divieto di cedere all'incantevole lusinga di consegnare il plurimandato alle rispettive mandanti incartato in un pacco dono con tanto di fiocco colorato, in cambio di compensazioni economiche, comunque pericolose per la categoria, ancorché attraenti dopo tanti anni di forzato digiuno.

Firmata una convenzione con 16 società abilitate

## Formazione, Sna scende in campo

Il Sindacato nazionale agenti ha appena sottoscritto, lo scorso 25 settembre, un'importante convenzione con 16 società abilitate alla formazione e all'aggiornamento professionale degli agenti e dei loro collaboratori. «Si tratta di un risultato storico», ha affermato Sergio Risolo, membro dell'esecutivo nazionale Sna e responsabile dell'area formazione. «I nostri iscritti potranno accedere a corsi qualificati e in tutto aderenti a quanto prescritto dal regolamento Isvap n. 5/2006: la convenzione appena firmata prevede infatti attività di formazione per gli aspiranti all'iscrizione nelle sezioni A ed E del Rui e per gli addetti all'intermediazione assicurativa all'interno delle agenzie, così come di aggiornamento per gli agenti e i loro collaboratori già iscritti nel registro. Lo Sna, comunque, si riserva il diritto insindacabile di verificare preventivamente il contenuto e i programmi dei corsi predisposti dalle società e di ispezionare lo svolgimento delle lezioni in aula o in videoconferenza, al fine di verificare la rispondenza dei contenuti didattici ai criteri previsti dall'Istituto», ha spiegato ancora

Risolo, davvero soddisfatto. «All'interno del nostro sindacato numerosi sono i colleghi che da anni effettuano formazione con competenza: ci siamo riservati il diritto di segnalare alle società aderenti alla convenzione i nominativi di questi agenti, al fine di includerli tra i docenti; sarebbe un peccato non disporre delle grandi risorse umane e professionali presenti all'interno dello Sna». Obiettivo dell'operazione è garantire a tutti gli agenti iscritti al sindacato corsi di formazione e aggiornamento di garantita qualità, a costi equi e facilmente accessibili, in termini logistici, a chiunque. «Le società che hanno aderito al progetto sono dislocate su tutto il territorio», ha concluso Risolo. «La nostra è stata una precisa scelta, tesa a evitare che non resti tagliato fuori da un'attività formativa, cui tutti hanno sacrosanto diritto, chi non risiede nelle maggiori città italiane».



Pagina a cura  
DEL SINDACATO NAZIONALE  
AGENTI DI ASSICURAZIONE  
[www.snaservice.it](http://www.snaservice.it)