

FATTI E PROBLEMI DELLA PRATICA

La conversione al formato elettronico dell'informativa periodica e delle operazioni dispositivo effettuate a distanza nell'ambito dei contratti assicurativi di risparmio e di investimento

SOMMARIO: 1. Il tema. – 2. La cornice regolatoria sulle modalità di trasmissione dell'informativa al contraente. – 3. La forma della comunicazione nelle clausole contrattuali dei prodotti assicurativi. – 4. La cornice normativa relativa ai contratti assicurativi a contenuto finanziario. – 5. Gli obblighi informativi disciplinati dal Regolamento Emittenti. – 6. Gli obblighi informativi disciplinati dal Nuovo Regolamento Intermediari. – 7. Le funzioni dispositivo e la valutazione di adeguatezza nelle operazioni realizzate a distanza. – 8. Operazioni eseguite a distanza su prodotti finanziari assicurativi ed uniforme applicazione delle regole di condotta. – 9. La transizione al digitale delineata dal decreto Crescita 2: il sito internet per i contraenti ed il portale telematico per gli intermediari assicurativi. – 10. Le caratteristiche del servizio informativo per i contraenti previste nel regolamento di attuazione. – 11. Prospettive.

1. Il tema.

La conversione del flusso informativo, precedente ed immediatamente successivo alla conclusione del contratto, è parte di un più ampio ambito di indagine, che solitamente è oggetto di attenzione nella fase della presentazione e dell'offerta al pubblico di prodotti assicurativi mediante tecniche di comunicazione a distanza. La sua rilevanza va tuttavia oltre il pur ampio campo di indagine sulle regole che presidiano la formazione del rapporto negoziale in una trattativa fra soggetti che interagiscono solo a distanza. L'adozione di strumenti di comunicazione che lasciano il formato cartaceo per quello elettronico riguarda potenzialmente l'intero portafoglio di contratti assicurativi, che sono interessati per l'insieme di comunicazioni periodiche – o ad evento – che caratterizzano la fase

di esecuzione dei contratti, fra cui, specialmente, quelli dei rami vita di risparmio e di investimento¹.

La promozione di forme di comunicazione elettronica, che il Decreto Crescita 2² vuole rendere disponibile per tutti gli assicurati, sollecita una specifica riflessione su un tema che per vero non risulta particolarmente frequentato, forse anche per l'incrocio fra regolazione pubblica e disciplina contrattuale. Infatti, per quanto riguarda la conversione al formato elettronico delle comunicazioni agli assicurati, occorre svolgere una ricognizione del composito quadro giuridico di riferimento sulle regole di prestazione a distanza dei servizi finanziari, nel cui ambito incide la classificazione, da un lato, fra contratti assicurativi vita e danni e, dall'altro, contratti assicurativi dei rami vita a contenuto finanziario³. Inoltre, nel caso di polizze già commercializzate, occorre tenere in considerazione anche quanto previsto dalle condizioni contrattuali che disciplinano l'esecuzione dei rapporti in corso e che usualmente non prevedono forme di adeguamento all'evoluzione tecnologica delle comunicazioni periodiche. Per una più agevole comprensione delle specifiche problematiche è opportuno scomporre in tre distinti ambiti il perimetro da analizzare. Nel primo trova collocazione l'insieme dei

¹ Sulle caratteristiche dei contratti assicurativi sulla vita con finalità di previdenza e di investimento, per una sintesi efficace, si veda ora CORRIAS, *L'assicurato-investitore: prodotti, offerta e responsabilità*, in *Assicurazioni*, 2011, parte I, p. 387. Sulle caratteristiche dei contratti *unit* e *index linked* si veda da ult. PIRAS, *Le polizze variabili nell'ordinamento italiano*, Milano, 2011 ed ivi per ulteriori riferimenti bibliografici.

² Si tratta dell'art. 22, co. 8, del d.l. 18 ottobre 2012, n. 179 recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" convertito, con modificazioni, dalla l. 17 dicembre 2012, n. 221, su cui si veda *infra* il par. 9.

³ In generale sulla prestazione a distanza di servizi finanziari si veda VIGNUDELLI, *Contrattazione telematica e intermediazione finanziaria*, Torino, 2009. Sulla contrattazione via internet per i contratti assicurativi si veda l'efficace sintesi di GIAMPAOLINO, *Le assicurazioni. L'impresa – I contratti*, in *Tratt. dir. comm.* fondato da Buonocore e diretto da Costi, sez. III, vol. 3, Torino, 2013, p. 229 ed ivi per ulteriori riferimenti bibliografici. In argomento, specialmente per la fase di conclusione del contratto, si vedano: MONTI e BORGO, *I contratti assicurativi telematici*, in *La tutela dei consumatori in Internet e nel commercio elettronico*, a cura di Tosi, Milano, 2012, p. 541; PIRAS, *Collocamento dei prodotti assicurativi tramite internet e tutela del contraente*, in *Resp. civ. prev.*, 2007, p. 1505; BRAVO, *La distribuzione tramite internet, La conclusione del contratto per via telematica*, in *Le assicurazioni private*, a cura di Alpa, Torino, in *Giurisprudenza sistematica di diritto civile e commerciale*, fondata da Bigiavi, 2006, t. 1, p. 899; LONGHINI, *Servizi finanziari telematici*, Milano, 2006; COLOMBO, *Il contratto di assicurazione on line*, in *Dir. giur.*, 2005, p. 204.

contratti dove è prevista *la forma delle comunicazioni* che la compagnia invia alla clientela, per i quali – in assenza di apposite clausole negoziali – si applica soltanto la disciplina di legge. Nel secondo ambito s'inseriscono invece i contratti nei quali le comunicazioni alla clientela sono invece regolate, con la conseguenza che la specifica disciplina integra quella di fonte normativa. Infine, nel terzo insieme si situano quei contratti nei quali le condizioni dispongono che la compagnia invii per iscritto le comunicazioni alla clientela, dove occorre valutare se siano presenti clausole dedicate alla modifica delle condizioni contrattuali – sia unilaterali sia per mutuo consenso – e che cosa esse prevedano.

Pertanto, nel caso di contratti già sottoscritti, possono verificarsi tre scenari: nel primo, il contratto non disciplina la forma delle comunicazioni che la compagnia invia alla clientela; nel secondo, il contratto prevede la forma scritta per l'invio delle comunicazioni alla clientela, ma non sono presenti clausole dedicate alla modifica delle condizioni contrattuali; nel terzo, infine, il contratto prevede la forma scritta per l'invio delle comunicazioni alla clientela e individua le modalità con cui far luogo a modifica del testo dell'accordo.

2. La cornice regolatoria sulle modalità di trasmissione dell'informativa al contraente.

L'art. 191, co. 1, lett. *b*) del codice delle assicurazioni private stabilisce che “per l'esercizio delle funzioni di vigilanza … sulla trasparenza e sulla correttezza dei comportamenti delle imprese” di assicurazione⁴, l'Isvap – ora Ivass – “adotta … disposizioni di carattere generale aventi ad oggetto”, tra l'altro, “*b)* gli obblighi informativi prima della conclusione e durante l'esecuzione del contratto, ivi compresi quelli relativi alla promozione e al collocamento, mediante tecniche di comunicazione a distanza, dei prodotti assicurativi”⁵. A sua volta, l'art. 21 del Regolamen-

⁴ In argomento si vedano BIN, *La trasparenza dei prodotti emessi dalle imprese di assicurazione tra principi generali e nuovo Regolamento ISVAP*, in *Assicurazioni*, 2010, p. I, p. 611; DE POLI, *Trasparenza assicurativa e nota informativa nel nuovo codice delle assicurazioni*, in *Riv. dir. civ.*, 2008, i.c.s., II, p. 17.

⁵ Sul regolamento di attuazione del codice delle assicurazioni private in materia di trasparenza si vedano GILI, *Regolamento ISVAP n. 35 del 26 maggio 2010 sulla «trasparenza» dei prodotti assicurativi vita e danni*, in *Dir. econ. ass.*, 2011, p. 1375, ed anche RIVA, *La trasparenza in materia assicurativa: un primo sguardo al Regolamento ISVAP n.*

to Isvap n. 35 dispone che “le imprese adempiono agli obblighi relativi alla trasmissione al contraente di comunicazioni in corso di contratto anche utilizzando tecniche di comunicazione a distanza, a condizione che le comunicazioni siano acquisibili su supporto durevole e che il contraente abbia reso preventiva ed espressa accettazione di tali modalità”⁶. Infine, l’analisi combinata degli articoli 8 e 10 del Regolamento Isvap n. 34, in materia di promozione e collocamento a distanza di contratti di assicurazione, fa emergere che, ai fini dell’utilizzo del “supporto durevole”, come alternativa al documento “cartaceo”, debbono verificarsi alcune condizioni⁷.

In primo luogo il contraente, prima di essere vincolato da una proposta o da un contratto di assicurazione, deve essere informato del diritto di: (a) scegliere di ricevere (e di trasmettere) la documentazione informativa precontrattuale e contrattuale, nonché le informazioni in corso di contratto, su supporto cartaceo o su altro supporto durevole; (b) richiedere in ogni caso e senza oneri di ricevere tale documentazione anche su supporto cartaceo; (c) modificare in ogni momento la propria scelta⁸. Inoltre, la scelta del cliente – in ogni momento revocabile previa comunicazione all’impresa – all’uso del “supporto durevole” deve essere espresso in forma “esplicita”⁹. Al riguardo, la norma in commento precisa che le imprese di assicurazione, dal canto loro, sono tenute a (i) predisporre gli strumenti per consentire al contraente di effettuare la

35/2010, in *Assicurazioni*, 2010, I, p. 647; GILI, *Regolamento ISVAP n. 35 del 26 maggio 2010 sulla trasparenza (obblighi di informazione e pubblicità) dei prodotti assicurativi vita e danni*, ivi, 2010, I, p. 633; SANGIOVANNI, *Le norme di comportamento di imprese e intermediari assicurativi*, in *Danno respons.*, 2010, 1, p. 93.

⁶ L’art. 2, co. 1, lett. x), del medesimo Regolamento n. 35 precisa poi che per “supporto durevole” s’intende: “qualsiasi strumento che permetta al contraente di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette in modo che possano essere agevolmente recuperate durante un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni stesse, e che consenta la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate”. Per un’analisi sistematica sui requisiti formali previsti per i contratti assicurativi conclusi a distanza si veda GAGGERO, *La forma dei contratti aventi ad oggetto servizi assicurativi commercializzati a distanza*, in *Riv. trim. dir. proc. civ.*, 2013, p. 25.

⁷ In argomento si veda BONACCORSI DI PATTI, *Il Regolamento ISVAP n. 34/2010 recante disposizioni in materia di promozione e collocamento a distanza di contratti di assicurazione*, in *Dir. econ. ass.*, 2010, p. 1089.

⁸ Si veda l’art. 8, co. 2, del Regolamento ISVAP n. 34 dedicato alla disciplina dell’informatica precontrattuale.

⁹ Si veda l’articolo 10 del Regolamento ISVAP n. 34 sulle norme relative alla trasmissione della documentazione.

scelta circa le modalità con cui desidera comunicare con la compagnia per ricevere e trasmettere la documentazione in questione nonché (ii) ad adottare procedure per conservare la prova della scelta effettuata dal cliente¹⁰.

3. La forma della comunicazione nelle clausole contrattuali dei prodotti assicurativi.

Alla luce del quadro giuridico esposto nel paragrafo precedente, è evidente che si può certamente prevedere, nei nuovi contratti, che le comunicazioni con la clientela possano avvenire (anche) tramite tecniche di comunicazione a distanza (fermo il diritto del cliente di richiedere, in ogni caso e senza oneri la documentazione anche su supporto cartaceo). A tale fine risulta necessario predisporre un'apposita pattuizione nella quale il contraente possa prestare il proprio esplicito e preventivo consenso a ricevere e trasmettere la documentazione informativa precontrattuale e contrattuale, nonché le informazioni in corso di contratto, su "supporto durevole". Le condizioni contrattuali devono inoltre prevedere che il contraente possa modificare in ogni momento la propria scelta, dandone comunicazione alla compagnia.

La normativa individua per la forma tecnica del flusso informativo il ben noto "supporto durevole". È pertanto possibile che la compagnia invii le relative comunicazioni all'indirizzo *e-mail* indicato dal cliente in sede di apertura del rapporto – ovvero a quello successivamente modificato dal cliente. È ugualmente rispondente al predetto requisito la messa a disposizione nella parte riservata del proprio sito *internet*, al quale il contraente può accedere attraverso il dispositivo di sicurezza che gli sia stato precedentemente messo a disposizione. In entrambe le ipotesi, è

¹⁰ In precedenza l'art. 20 (rubricato "Comunicazioni mediante tecniche a distanza") della Circolare 551/D del 2005 – norma abrogata a far data dal 1° dicembre 2010 *ex art. 52 del Regolamento n. 35* – disponeva che: "Gli obblighi relativi alla trasmissione al contraente di comunicazioni in corso di contratto possono essere assolti anche utilizzando tecniche di comunicazione a distanza, a condizione che le comunicazioni siano acquisibili su supporto duraturo e che il contraente abbia reso *per iscritto* preventiva ed espressa accettazione di tali modalità". La predetta norma originava un adempimento più oneroso rispetto al Regolamento n. 34 e al Regolamento n. 35, dato che per questi ultimi è sufficiente un consenso del cliente "esplicito" ovvero "preventivo[lo] ed espressivo[lo]", senza richiedere che lo stesso sia anche fornito "per iscritto".

necessario che il contraente abbia la possibilità di acquisire, scaricare e conservare la documentazione trasmessa.

Differenti sono i casi nel quale si può svolgere la transizione al digitale del flusso informativo per il portafoglio dei contratti in essere, dove occorre distinguere l'ambito delle polizze nelle quali (*i*) il contratto *non disciplina* la forma delle comunicazioni che la compagnia invia alla clientela, da quelle in cui (*ii*) il contratto prevede la *forma scritta* per l'invio delle comunicazioni alla clientela ma *non include* clausole dedicate alla modifica delle condizioni contrattuali ed, infine, (*iii*) da quello in cui il contratto prevede la *forma scritta* per l'invio delle comunicazioni alla clientela e *disciplina* le modalità con cui far luogo a modifica del testo dell'accordo.

Per i contratti che *non disciplinano* la forma delle comunicazioni, che la compagnia invia alla clientela, trova applicazione diretta la normativa regolamentare che rende possibile, come si è visto, inviare l'informativa alla clientela mediante tecniche di comunicazione a distanza. Tale possibilità è, tuttavia, subordinata all'esplicito e preventivo consenso del cliente. Al riguardo, il consenso dei clienti – a condizione che siano già registrati nella parte riservata del sito internet della compagnia – a ricevere le comunicazioni in formato elettronico può essere raccolto direttamente *on line* mediante il cd. *click agreement*¹¹. In particolare, sembra sufficiente informare i clienti – anche per *e-mail* o mediante una schermata cd. *pop-up* o altra modalità nella parte riservata del sito della compagnia – in relazione alla possibilità di ricevere le comunicazioni in corso di contratto anche in formato elettronico, invitandoli a prestare a tale fine il proprio libero ed espresso consenso mediante il cennato *click agreement*¹².

¹¹ Nel caso di medesimo cliente intestatario di più contratti, il consenso dell'interessato – sempre mediante il “*click agreement*” – può essere raccolto non solo su ogni singolo contratto ma anche e preferibilmente in relazione a più polizze sottoscritte dal medesimo cliente.

¹² Il contraente va, inoltre, avvertito del diritto di richiedere in ogni caso e senza oneri di ricevere la documentazione anche su supporto cartaceo e di modificare in ogni momento la propria scelta, dandone comunicazione alla compagnia. È opportuno – ancorché non previsto dalla normativa – procedere con una lettera di conferma sull'intervenuta disattivazione dell'invio dei documenti su supporto cartaceo, con idonea avvertenza, se del caso, circa modalità, condizioni e termini ai quali l'informativa in formato elettronico risulta disponibile sul sito *internet*. In tale sede risulta altresì opportuno rammentare nuovamente ai clienti che è sempre possibile riattivare l'invio su supporto cartaceo, anche dall'area riservata del sito o contattando il servizio clienti o secondo altre specificate modalità.

Per i contratti che prevedono la forma scritta per l'invio delle comunicazioni alla clientela, ma non sono presenti clausole dedicate alla modifica delle condizioni contrattuali, la forma scritta è richiesta dalla legge solo ai fini della prova del contratto e non già della sua validità. È quindi possibile richiedere il consenso dei clienti – già registrati nella parte riservata del sito *internet* della compagnia – alla modifica contrattuale attraverso una clausola che consenta alla compagnia di inviare l'informativa anche mediante tecniche di comunicazione a distanza. Il consenso, che può essere raccolto anche direttamente *on line* come nel caso precedente, dovrebbe essere duplice, manifestandosi per un distinto ambito, dovendo il contraente acconsentire sia (*i*) alla modifica contrattuale che permetta alla compagnia di inviare le comunicazioni anche in formato elettronico sia (*ii*) a voler ricevere le comunicazioni mediante tale modalità. Il contraente va, inoltre, avvertito del diritto di richiedere, in ogni caso e senza oneri, la documentazione anche su supporto cartaceo e di modificare in ogni momento la propria scelta, dandone comunicazione alla compagnia¹³.

Nel terzo ed ultimo insieme, relativo alle polizze in portafoglio, rientrano i contratti che prevedono la forma scritta per l'invio delle comunicazioni alla clientela e che disciplinano le modalità con cui far luogo a modifica delle condizioni contrattuali. In una tale circostanza, la possibilità di passare a modalità alternative di comunicazione (quali la posta elettronica o la messa a disposizione di documentazione sul sito *internet*) presuppone una variazione della clausola che norma le comunicazioni alla clientela, da effettuarsi nel rispetto del procedimento di modifica contrattuale dell'accordo contrattuale e quindi tipicamente attraverso un'appendice sottoscritta con firma autografa o mediante firma elettronica ad essa equipollente.

4. La cornice normativa relativa ai contratti assicurativi a contenuto finanziario.

La legge 28 dicembre 2005, n. 262, c.d. legge sul risparmio, ha abrogato l'art. 100, co. 1, lett. *f*), del t.u.f., con la conseguenza che le offerte

¹³ Come nel caso precedente, è opportuno l'invio di una lettera di conferma scritta sull'intervenuta disattivazione dell'invio dei documenti su supporto cartaceo e sulla possibilità di riattivare l'invio su supporto cartaceo.

al pubblico aventi ad oggetto i prodotti finanziari assicurativi sono state sottoposte all'obbligo di prospetto, come declinato agli artt. 29 ss. del Regolamento Emissenti. Tali regole trovano applicazione all'impresa di assicurazione in quanto soggetto emittente una polizza assicurativa finanziaria, indipendentemente dal fatto che la stessa sia commercializzata direttamente dalla stessa compagnia ovvero per il tramite di soggetti abilitati all'intermediazione assicurativa (*in primis*, banche e sim), agenti o *broker*¹⁴.

La legge sul risparmio ha, inoltre, esteso l'ambito di applicazione degli articoli 21 e 23 del t.u.f. anche “alla sottoscrizione e al collocamento di prodotti finanziari emessi … da imprese di assicurazione”, derivandone quindi che la vendita diretta, da parte delle compagnie, delle proprie polizze a contenuto finanziario (così come la commercializzazione delle stesse da parte dei soggetti abilitati all'intermediazione assicurativa) è stata assoggettata alle regole di comportamento previste dal t.u.f., come declinate nel Nuovo Regolamento Intermediari (“NRI”)¹⁵. Al riguardo, occorre considerare che l'entrata in vigore delle norme della legge sul risparmio (e del decreto legislativo correttivo n. 303 del 2006) che hanno modificato il t.u.f. in ordine ai profili dianzi richiamati è stata più volte differita da successivi provvedimenti legislativi stabilendosi, tra l'altro, che le stesse dovevano considerarsi cogenti a far data dall'emanazione, ove prevista, delle relative disposizioni di attuazione da parte della Consob (e dell'Isvap – ora Ivass)¹⁶.

¹⁴ Sul tema si veda ancora CORRIAS, *L'assicurato-investitore: prodotti, offerta e responsabilità*, in *Assicurazioni*, 2011, I, p. 387. In arg. si veda anche SIRI, *I prodotti finanziari assicurativi nella prospettiva del testo unico della finanza*, in *I prodotti finanziari bancari ed assicurativi*, Quaderno di Giurisprudenza Commerciale in ricordo di Gaetano Castellano, Milano, 2008, p. 175; CORRIAS, *In tema di prodotti finanziari delle imprese di assicurazione e di trasparenza nel settore assicurativo alla luce dei regolamenti di attuazione dell'Isvap*, in *Resp. civ. prev.*, 2008, p. 997. ROMAGNOLI, *Controllo e regole di collocamento dei «prodotti» assicurativi a carattere finanziario*, in *Nuova giur. civ. comm.*, 2007, II, p. 90.

¹⁵ Sulla disciplina regolamentare che caratterizza i prodotti finanziari emessi da imprese di assicurazione nella cornice dei regolamenti di attuazione della direttiva MiFid si veda SIRI, *I prodotti finanziari assicurativi*, Roma, 2013; CARLEVALE, *Il giudizio di adeguatezza nel collocamento di prodotti finanziari assicurativi*, in *Assicurazioni*, 2011, I, p. 89; SIRI, *La commercializzazione di prodotti finanziari emessi da banche e da imprese di assicurazione*, in *L'attuazione della MiFID in Italia*, a cura di D'Apice, Bologna, 2010, p. 575. Sui profili generali si veda CARRIERO, *MiFID, attività assicurativa, autorità di vigilanza*, in questa *Rivista*, 2008, I, p. 425.

¹⁶ Alla luce di tale criterio, si rileva quindi che la prima regolamentazione Consob di attuazione del t.u.f., come modificato dalla Legge sul Risparmio (e dal decreto cor-

Sempre in via preliminare può essere utile evidenziare che le disposizioni del NRI (come già quelle del previgente regolamento Consob n. 11522/1998) e del Regolamento Emittenti (“RE”) operano su piani distinti e non coincidenti. Le prime attengono, infatti, alla prestazione di un servizio, che postula l’esistenza di un *rappporto bilaterale* tra l’impresa e il cliente, sostanziandosi in norme di comportamento in capo alla compagnia che presta il servizio. Le seconde si caratterizzano per disciplinare l’offerta al pubblico – per sua natura rivolta *ad incertam personam* – e si sostanziano in regole volte ad assicurare la correttezza del soggetto che effettua la sollecitazione e la trasparenza del prodotto commercializzato¹⁷.

In ordine al primo profilo – relativo alla disciplina dell’offerta al pubblico – l’art. 34 del Regolamento Emittenti – dopo aver disposto che le compagnie possono avvalersi del proprio sito *internet* ai fini della pubblicazione di informazioni relative alle polizze assicurative finanziarie offerte (cfr. art. 34, co. 1, 2 e 3, RE) – dispone che le imprese di assicurazione offerenti comunicano tempestivamente ai contraenti le variazioni delle informazioni contenute nel prospetto concernenti le caratteristiche essenziali del prodotto e con periodicità annuale quelle, diverse dalle precedenti, che espongono i dati periodici aggiornati contenuti nella Parte II del prospetto e le variazioni delle informazioni contenute nel prospetto¹⁸. Il Regolamento Emittenti precisa altresì che

rettivo), è entrata in vigore secondo la tempistica di seguito riassunta. In relazione al Regolamento Emittenti, *ex art. 28-nonies* del medesimo Regolamento (come modificato con delibera n. 15915 del 3 maggio 2007), la Consob ha individuato: (*i*) il 1° luglio 2007, come data di entrata in vigore delle disposizioni previste nel nuovo Capo II-*bis* (e degli schemi di prospetto inseriti in Allegato 1B) per i prodotti finanziari assicurativi emessi a partire da tale data; (*ii*) il 1° novembre 2007 come termine per l’adeguamento ai nuovi schemi di prospetto dei prodotti finanziari assicurativi ancora in corso di sollecitazione a tale data (co. 2). In relazione alle disposizioni del vecchio Regolamento Intermediari n. 11522 del 1998 (come modificato con delibera n. 15961 del 30 maggio 2007), relative alla distribuzione di prodotti finanziari assicurativi, sono entrate in vigore il 1° luglio 2007 e trovano quindi applicazione a tutti i prodotti/contratti commercializzati successivamente a tale data.

¹⁷ Consob, *Documento del 30 ottobre 2007 recante gli Esiti della consultazione condotta sul NRI*, disponibile sul sito www.consob.it, p. 157.

¹⁸ Inoltre, relativamente ai prodotti finanziari di capitalizzazione, il cui rendimento è correlato all’andamento di una gestione separata ovvero di altra provvista di attivi, la comunicazione di cui al comma 5 dell’art. 34 del Regolamento Emittenti è effettuata con riferimento ai dati relativi all’ultimo periodo di rilevazione previsto nelle condizioni di contratto. Infine, relativamente ai prodotti finanziario-assicurativi di tipo *unit*

“ai fini dell’assolvimento degli obblighi previsti dai commi 4, 5, 6 e 7 possono essere utilizzate anche tecniche di comunicazione a distanza, qualora il contraente vi abbia espressamente e preventivamente acconsentito” (cfr. art. 34, co. 8 RE). Sullo stesso perimetro – con conseguente sostanziale duplicazione del set informativo – insiste anche la speculare normativa adottata dall’ISVAP – ora Ivass – sul presupposto che gli obblighi informativi nell’esecuzione del contratto attengano anche alle attribuzioni di vigilanza dell’Autorità assicurativa¹⁹. Dal momento che tra le norme che disciplinano gli obblighi informativi figura anche l’art. 21, risulta possibile adempiere al dettato regolamentare – previsto sul versante assicurativo della disciplina sulle informazioni in corso di contratto – anche mediante le tecniche di comunicazione a distanza prese in esame nel caso dei prodotti assicurativi non finanziari.

In ordine al secondo profilo – relativo alla disciplina della correttezza dei comportamenti – il Nuovo Regolamento Intermediari stabilisce che le compagnie che commercializzano direttamente i propri prodotti assicurativi finanziari sono sottoposte a tre distinti obblighi verso la clientela. Al riguardo, le compagnie comunicano ai contraenti “le informazioni di cui ai commi 2, 3 e 4”²⁰ del medesimo art. 34 “... su un supporto duraturo o tramite il sito Internet” dell’impresa “purché le condizioni di cui all’articolo 36, comma 2, siano soddisfatte.” (cfr. art.

linked o ai prodotti finanziari di capitalizzazione, in forza del co. 7 dell’art. 34 del Regolamento Emittenti sono comunicate tempestivamente ai contraenti le informazioni relative ai fondi o comparti di nuova istituzione ovvero gestioni interne separate ovvero altre provviste di attivi di nuova istituzione non contenute nel prospetto inizialmente pubblicato.

¹⁹ Infatti, l’art. 25 del Regolamento Isvap n. 35, riferisce le disposizioni attinenti a obblighi informativi in corso di contratto riguardano anche ai contratti *unit linked*, *index linked* ed alle operazioni di capitalizzazione. Il medesimo Regolamento, in coerenza con l’abrogazione dell’art. 100, co. 1, lett. f), del t.u.f., ha rideterminato l’ambito di applicazione delle norme – adottate da Isvap in attuazione del Codice delle assicurazioni private – ai soli prodotti assicurativi diversi da quelli di investimento, così evitando duplicazioni con il regime di informativa precontrattuale attraverso il prospetto informativo disciplinato dal Regolamento Emittenti.

²⁰ Si tratta, in estrema sintesi, delle informazioni, da fornire per lo più in sede pre-contrattuale, concernenti (i) l’impresa e i suoi servizi; (ii) le polizze proposte, inclusi opportuni orientamenti e avvertenze sui rischi associati agli investimenti relativi a tali polizze; (iii) le sedi di esecuzione; (iv) i costi e gli oneri connessi alla sottoscrizione del prodotto.

34, co. 5, NRI)²¹. Inoltre, notificano al cliente in tempo utile qualsiasi modifica rilevante delle informazioni fornite ai sensi del precedente alinea, precisandosi che “la notifica viene fatta su supporto duraturo, se le informazioni alle quali si riferisce erano state fornite su supporto duraturo” (cfr. art. 34, co. 6, NRI). Infine, le compagnie comunicano “su supporto duraturo” ai clienti la loro nuova classificazione in qualità di cliente al dettaglio, cliente professionale o controparte qualificata (cfr. art. 35 NRI)²².

In tale contesto, l’art. 36, co. 1, NRI ha cura di precisare che “quando, ai fini del presente regolamento è prescritto che le informazioni siano fornite su un supporto duraturo”, le compagnie: (*a*) utilizzano un supporto cartaceo; oppure (*b*) “utilizzano un supporto duraturo non cartaceo a condizione che: (*i*) tale modalità risulti appropriata per il contesto in cui si svolge o si svolgerà il rapporto tra l’intermediario e il cliente; e (*ii*) il cliente o potenziale cliente sia stato avvertito della possibilità di scegliere tra supporto duraturo cartaceo o non cartaceo, ed abbia scelto espressamente quest’ultimo”²³. La norma stabilisce, infine, che la fornitura di informazioni tramite comunicazioni elettroniche “viene considerata come appropriata per il contesto in cui il rapporto tra l’intermediario e il cliente si svolge o si svolgerà se vi è la prova che il cliente può avere accesso regolare a *internet*. La fornitura da parte del cliente di un indirizzo *e-mail* ai fini di tale rapporto può essere considerata come un elemento di prova”²⁴.

²¹ L’art. 34 NRI è applicabile alle imprese di assicurazione in forza del rinvio ad esso operato dall’art. 87, co. 1, del medesimo Regolamento.

²² L’art. 35 NRI è applicabile alle imprese di assicurazione in forza del rinvio ad esso operato dall’art. 87, co. 1, del medesimo Regolamento. Per l’improprio riferimento, operato dall’art. 35 NRI, alle controparti qualificate si rinvia a Siri, *I prodotti*, cit., p. 215.

²³ Il medesimo art. 36 dispone che – ai sensi degli articoli 29, 30, 31, 32, 34 e 46, comma 3 del NRI – quando le Compagnie forniscono informazioni ad un cliente “tramite un sito Internet” e tali informazioni non sono indirizzate personalmente al cliente, devono ricorrere alcune specifiche condizioni: *a*) l’utilizzo del sito Internet risulta appropriato per il contesto in cui si svolge o si svolgerà il rapporto tra l’impresa e il cliente; *b*) il cliente acconsente espressamente alla fornitura delle informazioni in tale forma; *c*) al cliente è comunicato elettronicamente l’indirizzo del sito Internet e il punto del sito in cui si può avere accesso all’informazione; *d*) le informazioni sono aggiornate; *e*) le informazioni sono continuamente accessibili tramite tale sito per tutto il periodo di tempo in cui, ragionevolmente, il cliente può avere necessità di acquisirle.

²⁴ Cfr. art. 36, co. 3, NRI.

5. Gli obblighi informativi disciplinati dal Regolamento Emissori.

Nei confronti dei nuovi clienti, alla luce del quadro giuridico esposto nel precedente paragrafo, l'impresa di assicurazione può assolvere gli obblighi di informativa di cui al Regolamento Emissori (*id est*, gli obblighi attinenti al prodotto assicurativo commercializzato) “anche mediante tecniche di comunicazione a distanza” (*e-mail*, sito *internet*) a condizione che gli stessi “vi abbia[no] espressamente e preventivamente acconsentito”. A tale fine risulterà necessario che le condizioni contrattuali di polizza contemplino l'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza tra le forme previste per l'interlocuzione con la clientela e prevedano, opportunamente, un apposito spazio nel testo del contratto nel quale il contraente possa prestare il proprio espresso consenso a ricevere le informazioni secondo tale modalità.

Nel caso in cui la compagnia intenda adempiere agli obblighi informativi recati dal Regolamento Emissori pubblicando le informazioni sul proprio sito *internet* (anziché comunicandole per *e-mail* all'interessato) è opportuno che venga comunicato – per iscritto o elettronicamente – al contraente l'indirizzo del sito *internet* e il punto del sito in cui questi può avere accesso all'informazione e che tali informazioni – sempre debitamente aggiornate – siano continuamente accessibili tramite tale sito per tutto il periodo di tempo in cui, ragionevolmente, il cliente può avere necessità di acquisirle. Resta fermo che è necessario che il contraente abbia la possibilità di prendere visione, scaricare e conservare la documentazione trasmessa.

Nei confronti dei clienti in portafoglio occorre considerare separatamente i prodotti assicurativi finanziari a seconda che la commercializzazione sia avvenuta prima o dopo l'entrata in vigore della Legge sul Risparmio. In un primo ambito rientrano quelli collocati prima dell'entrata in vigore della Legge sul Risparmio, redatti sulla base degli schemi di nota informativa Isvap – ora Ivass – e nella cornice normativa recata, in particolare, dall'art. 1888 del codice civile che richiede, per le polizze, la forma scritta solo ai fini della prova del contratto e non già della sua validità. Nel secondo ambito vi sono quelli commercializzati successivamente all'entrata in vigore della Legge sul Risparmio, redatti sulla base degli schemi di prospetto Consob e nella cornice recata, in particolare, dall'art. 23 del T.U.F. che richiede la forma scritta dei contratti a pena di nullità. I prodotti assicurativi finanziari collocati anteriormente alla Legge sul Risparmio continuano, infatti, ad essere disciplinati dalla normativa in vigore all'epoca in cui sono stati emessi; ne segue che, per tali contratti, possono qui

riproporsi le considerazioni e le soluzioni evidenziate nel paragrafo 3 a proposito dei contratti assicurativi non finanziari.

Per quanto concerne le polizze assicurative finanziarie commercializzate successivamente all'entrata in vigore della Legge sul Risparmio, la circostanza che la forma scritta venga ora prevista a pena di nullità dei relativi contratti induce a concludere che la possibilità di inviare comunicazioni alla clientela mediante tecniche a distanza (*e-mail*, parte riservata del sito *internet* della compagnia) risulta circoscritta al caso in cui il contratto non disciplini la forma delle comunicazioni in questione ovvero, s'intende, all'ipotesi in cui il contratto contempli espressamente la possibilità di interloquire anche mediante tecniche di comunicazione a distanza²⁵. In una tale evenienza trova, infatti, diretta applicazione la disciplina di cui al Regolamento Emittenti, che rende possibile effettuare comunicazioni alla clientela mediante tecniche a distanza, raccogliendone il preventivo ed espresso consenso. Al riguardo, si fa rinvio alle considerazioni evidenziate nel paragrafo 3 a proposito dei casi nei quali il contratto non disciplina la forma delle comunicazioni che la compagnia invia alla clientela. In tale ipotesi trova applicazione diretta la normativa regolamentare che rende possibile, come si è visto, inviare le comunicazioni alla clientela mediante tecniche di comunicazione a distanza. Tale possibilità è, tuttavia, subordinata all'esplicito e preventivo consenso del cliente che può essere raccolto anche direttamente *on line* mediante il cd. *click agreement*.

Viceversa, nel caso in cui il contratto preveda la forma scritta per l'invio delle comunicazioni alla clientela, la possibilità di utilizzare anche tecniche di comunicazione a distanza (*e-mail*, sito della compagnia) passa necessariamente attraverso una modifica delle condizioni contrattuali. Stante la circostanza che, come detto, la forma scritta dei contratti finanziari assicurativi è ora prevista a pena di nullità *ex art. 23 T.U.F.*, ogni modifica dovrà conseguentemente avvenire in forma scritta²⁶. In caso contrario, il contraente potrebbe far valere la nullità della modifica contrattuale non apportata in forma scritta (per es., mediante il cennato *click agreement*), ciò che potrebbe travolgere tutte le attività effettuate in dipendenza della disposizione che risulti *tamquam non esset*.

²⁵In generale sulla prestazione a distanza di servizi finanziari si veda da ult. MAGGIOLO, *Servizi ed attività d'investimento*, in *Tratt. dir. civ. comm.*, Milano, 2012, p. 332 ss. Per una rassegna sugli orientamenti giurisprudenziali si veda invece DURANTE, *Intermediari finanziari e tutela dei risparmiatori*, Milano, 2009, p. 271 ss.

²⁶In arg. da ultimo si veda LENER e LUCANTONI, *Sub art. 23*, in *Il Testo unico della finanza*, a cura di Fratini e Gasparri, Torino, 2012, I, p. 401.

6. Gli obblighi informativi disciplinati dal Nuovo Regolamento Intermediari.

Nei confronti dei nuovi clienti, nella misura in cui la compagnia proceda anche alla vendita diretta dei prodotti finanziari assicurativi di cui è emittente, troveranno applicazione (anche) le disposizioni del Nuovo Regolamento Intermediari, alle quali si fa ora specifico riferimento. In forza di tale Regolamento risulta certamente possibile mettere a disposizione del cliente, mediante tecniche di comunicazione a distanza, tutta la documentazione la cui consegna è obbligatoria in sede precontrattuale ai sensi del medesimo Regolamento, così come aggiornare in corso di contratto il set informativo trasmesso²⁷.

Il NRI introduce a carico della compagnia un ulteriore dovere che comporta la necessità di valutare che la fornitura di informazioni tramite comunicazioni elettroniche risulti “appropriata” per il contesto in cui si svolge o si svolgerà il rapporto con il cliente. Va, tuttavia, evidenziato che la portata di tale onere risulta attenuata dallo stesso NRI che consente di considerare “come appropriat[o] … il contesto in cui il rapporto tra l’intermediario e il cliente si svolge o si svolgerà se vi è la prova che il cliente può avere accesso regolare a Internet”, precisandosi che “la fornitura da parte del cliente di un indirizzo *e-mail* ai fini di tale rapporto può essere considerata come un elemento di prova”²⁸.

Nei confronti dei clienti in portafoglio, la normativa rende possibile, come si è visto, inviare le informazioni alla clientela di cui al NRI mediante tecniche di comunicazione a distanza. Tale possibilità è subordinata al previo ed espresso consenso del cliente ed alla circostanza che la fornitura di informazioni tramite comunicazioni elettroniche risulti “appropriata” per il contesto in cui si svolge o si svolgerà il rapporto con il cliente. Come osservato nel precedente paragrafo per il Regolamento Emittenti, i prodotti assicurativi finanziari sono sottoposti alla disciplina

²⁷ Similmente a quanto già si è detto sopra, ferma la necessità di: (a) prevedere tale forma di interlocuzione con la clientela in sede contrattuale; (b) comunicare al cliente la possibilità di scelta tra supporto duraturo cartaceo e non cartaceo, raccogliendo, se del caso, il “preventivo” ed “espresso” consenso del cliente alla fornitura delle informazioni mediante tecniche di comunicazione a distanza; (c) utilizzare strumenti che permettano al cliente di acquisire, scaricare e conservare la documentazione trasmessa.

²⁸ Cfr. art. 36, co. 3, NRI. Per un’accurata panoramica sugli obblighi informativi e di assistenza dell’investitore in corso di contratto si veda ora DE MARI, *Informativa “post contrattuale” e servizi di investimento*, in *Giur. comm.*, 2012, I, p. 408.

del t.u.f. e del Nuovo Regolamento Intermediari solo se collocati successivamente all'entrata in vigore della Legge sul Risparmio. Quindi, i prodotti assicurativi finanziari commercializzati anteriormente continuano, infatti, ad essere disciplinati dalla normativa in vigore all'epoca in cui sono stati emessi. Ne consegue che, per tali contratti, possono riproporsi le considerazioni evidenziate nel precedente paragrafo cui, pertanto, si fa rinvio.

Per quanto concerne le polizze assicurative finanziarie collocate successivamente all'entrata in vigore della Legge sul Risparmio, la circostanza che la forma scritta venga ora prevista a pena di nullità dei relativi contratti induce a concludere che la possibilità di inviare comunicazioni alla clientela mediante tecniche a distanza (*e-mail*, parte riservata del sito internet della compagnia) risulta circoscritta al caso in cui il contratto non disciplini la forma delle comunicazioni in questione ovvero all'ipotesi in cui il contratto contempli espressamente la possibilità di interloquire anche mediante tecniche di comunicazione a distanza. Valgono anche per tali situazioni le considerazioni esposte sui prodotti assicurativi non finanziari.

In tali circostanze trova diretta applicazione la disciplina di cui al Nuovo Regolamento Intermediari, che rende possibile interloquire con la clientela mediante tecniche di comunicazione a distanza, raccogliendone il preventivo ed espresso consenso. Al riguardo si rappresenta che tale consenso può essere raccolto – oltreché, naturalmente, secondo modalità tradizionali – anche mediante *click agreement* nella parte riservata del sito della compagnia²⁹. La compagnia deve, peraltro, valutare che la fornitura di informazioni tramite comunicazioni elettroniche risulti “appropriata” per il contesto in cui si svolge o si svolgerà il rapporto con il cliente. La portata di tale onere risulta attenuata dallo stesso NRI che consente di considerare “come appropriat[o] … il contesto in cui il rapporto tra l'intermediario e il cliente si svolge o si svolgerà se vi è la

²⁹ Cfr. CONSOB, *Commento sub art. 36, Documento del 30 ottobre 2007 recante gli Esiti della consultazione condotta sul NRI*, la Consob, a fronte della richiesta di un osservatore di “avallare l’interpretazione per cui per i clienti che già si avvalgono di queste tecniche, ed in primo luogo per quelli che fanno *trading on line*, tale manifestazione di volontà possa darsi per acquisita”. Consob ha chiarito che “non si ritiene vi siano elementi per presupporre una manifestazione di volontà in tal senso da parte dei clienti, tenuto conto che appare necessario comunicare al cliente la possibilità di scelta tra supporto duraturo cartaceo e non cartaceo” e ha evidenziato che “tale manifestazione di volontà” può “essere raccolta anche tramite internet”.

prova che il cliente può avere accesso regolare a Internet” precisandosi che “la fornitura da parte del cliente di un indirizzo e-mail ai fini di tale rapporto può essere considerata come un elemento di prova” secondo quanto previsto dall’art. 36, co. 3, NRI. Viceversa, nel caso in cui il contratto preveda la *forma scritta* per l’invio delle comunicazioni alla clientela, la possibilità di utilizzare anche tecniche di comunicazione a distanza passa necessariamente attraverso una modifica delle condizioni contrattuali. Valgono le considerazioni esposte nel precedente paragrafo a proposito della necessità di conformarsi, a pena di nullità, al requisito formale nel caso di modifiche ai contratti con gli investitori.

7. Le funzioni dispositivo e la valutazione di adeguatezza nelle operazioni realizzate a distanza.

Se si passa dalla mera funzione informativa a quella di natura dispositiva l’esecuzione a distanza incontra un ulteriore limite, se si ritiene che l’impresa debba effettuare la valutazione di adeguatezza³⁰, qualora al contraente sia consentito effettuare anche versamenti aggiuntivi e disporre operazioni di disinvestimento e reinvestimento fra fondi collegati alla polizza. Per vero, una simile conclusione è obbligata secondo l’attuale quadro normativo. Infatti, l’operatività a distanza via internet o telefono non può essere considerata come “mera esecuzione di ordine”, con conseguente possibilità di manlevare la compagnia dall’effettuazione delle verifiche di adeguatezza e/o appropriatezza. Infatti, per quanto concerne i prodotti assicurativi rivalutabili, il Codice delle Assicurazioni Private e le connesse disposizioni Isvap – ora Ivass - non consentono mai agli intermediari e alle imprese di prescindere dall’effettuazione del test di adeguatezza³¹, indipendentemente dal canale utilizzato.

³⁰ Sul tema si veda da ult. CARLEVALE, *Il giudizio di adeguatezza nel collocamento di prodotti finanziari assicurativi*, p. 89. In argomento si veda anche SIRI, *I prodotti*, cit., p. 208 e in prospettiva più ampia LENER, *Collocamento telematico di prodotti finanziari e servizi di investimento*, in *La tutela dei consumatori in internet e nel commercio elettronico*, cit., p. 439.

³¹ Salvo, s’intende, l’ipotesi in cui l’investitore rifiuti di fornire le informazioni sul proprio profilo. In una tale evenienza tuttavia “il rifiuto di fornire una o più delle informazioni richieste deve risultare da apposita dichiarazione, da allegare alla proposta, sottoscritta dal contraente, nella quale è inserita specifica avvertenza riguardo la circostanza che il rifiuto del contraente di fornire una o più delle informazioni pregiudica la capacità di

Altrettanto può dirsi nella prospettiva della disciplina del t.u.f. In particolare, l'art. 43 del Nuovo Regolamento Intermediari – che contempla la possibilità per gli intermediari di prestare i servizi di esecuzione di ordini per conto dei clienti e di ricezione e trasmissione di ordini prescindendo, a specifiche e determinate condizioni, e nei limiti delle stesse, dalla conoscenza del cliente e dalla conseguente valutazione di appropriatezza (e, a maggior ragione, di adeguatezza) – non figura tra le norme richiamate dagli art. 85 e 87 del medesimo NRI come applicabili alla commercializzazione di polizze *linked* e di capitalizzazione realizzata, rispettivamente, dai soggetti abilitati all'intermediazione assicurativa ovvero, direttamente, dalle imprese di assicurazione. Ciò è coerente con il fatto che i prodotti assicurativi sono commercializzati nell'ambito della prestazione del servizio di collocamento (cioè di un accordo tra emittente e distributore), ovvero di consulenza, laddove l'*execution only* costituisce una modalità di prestazione dei (soli) servizi di (i) esecuzione di ordini per conto dei clienti e di (ii) ricezione e trasmissione di ordini.

Il quadro normativo impone, al minimo, che la compagnia effettui la valutazione di appropriatezza – anziché quella di adeguatezza – per le operazioni disposte direttamente dal cliente tramite il proprio sito internet. Al riguardo, va considerato con riguardo ai prodotti assicurativi di ramo primo, che il Codice delle Assicurazioni Private e le connesse disposizioni Isvap – ora Ivass – di attuazione non consentono mai agli intermediari e alle imprese di prescindere dall'effettuazione del test di adeguatezza, indipendentemente dal canale utilizzato. Pertanto, l'attuale dispositivo regolamentare formato dalle disposizioni del settore assicurativo e da quelle del settore finanziario permette di effettuare la valutazione di appropriatezza, anziché quella di adeguatezza, limitatamente alle operazioni aventi ad oggetto prodotti finanziari assicurativi disposte dal cliente tramite il sito *internet* della compagnia³².

La stessa impostazione potrebbe essere mantenuta anche per i clienti che abbiano sottoscritto la polizza (di natura finanziaria) tramite una banca (o altro soggetto abilitato all'intermediazione assicurativa) per le

individuare il contratto adeguato alle sue esigenze” come previsto dall'art. 52, co. 4, del Regolamento Isvap n. 5.

³² Il test di appropriatezza risulta sufficiente solo se il sito *internet* è configurato in maniera tale da evitare che una determinata polizza venga presentata come adatta alle caratteristiche personali di quel contraente. In una simile evenienza la funzionalità del sito integrerebbe la prestazione del servizio di consulenza, con conseguente applicazione del più severo test di adeguatezza. Sul punto si veda ancora LENER, *Collocamento*, cit., p. 457.

operazioni di post vendita disposte direttamente dal contraente sul sito della compagnia e sempreché il cliente abbia sottoscritto le norme contrattuali *ad hoc* per l'operatività a distanza in modalità dispositiva. È evidente che solo integrando le funzionalità dispositivo all'interno del sito della compagnia che presta il servizio si può rendere efficace non solo la transizione al formato elettronico dei processi di informazione, ma anche di quelli gestionali del rapporto assicurativo, senza che sia indispensabile far transitare l'operazione dall'intermediario che ha collocato il prodotto.

8. Operazioni eseguite a distanza su prodotti finanziari assicurativi ed uniforme applicazione delle regole di condotta.

Va infine chiarito se, ai fini della presente indagine, rilevi anche l'art. 88 del NRI, laddove dispone che gli intermediari che svolgono sia il servizio di distribuzione di prodotti finanziari emessi da banche e/o da imprese di assicurazione, sia il collocamento di strumenti finanziari e/o la consulenza in materia di investimenti, considerano unitariamente il rapporto con i clienti al fine di adempiere in modo uniforme e coordinato alle regole di condotta applicabili. In particolare, il dubbio sorge per la ragione che la norma, pur essendo dedicata agli intermediari polifunzionali, è inserita all'interno del Libro VI del NRI, che è invece rubricato "Distribuzione di prodotti finanziari emessi da banche e da imprese di assicurazione".

Al riguardo va ricordato che, mediante l'inserimento dell'art. 25-bis nel t.u.f., la legge sul risparmio ha inteso, come noto, estendere alla distribuzione, da parte dell'emittente, di prodotti finanziari (bancari o) assicurativi, ovvero di prodotti finanziari assicurativi da parte di intermediari, le regole di condotta già disciplinanti la prestazione dei servizi di investimento. Ciò al fine di contribuire alla creazione di un *level playing field* per attività e prodotti ritenuti (dallo stesso legislatore) fra loro "funzibili" nella prospettiva dell'investitore.

In tale contesto, l'art. 88 NRI intende far sì che nel caso di intermediari polifunzionali (ovvero per le ipotesi in cui l'attività di distribuzione di prodotti finanziari emessi da banche *ex art.* 84 e da imprese di assicurazione *ex art.* 85 sia associata alla prestazione del collocamento in strumenti finanziari e/o alla consulenza in materia di investimenti) le regole di condotta debbano essere applicate in maniera uniforme, al fine di garantire ai clienti il medesimo trattamento, quale che sia il prodotto commercializzato (fatte salve, s'intende, le specificità delle rispettive

discipline)³³. Ciò significa che la valutazione di appropriatezza deve essere effettuata secondo i medesimi canoni, criteri e strumenti sia nel caso di collocamento di quote di fondi comuni di investimento sia nella commercializzazione di prodotti assicurativi finanziari.

D'altro canto, come rilevato dalla Consob, “posto che l'investitore potrà perseguiere i propri obiettivi di investimento attraverso diversi prodotti/servizi finanziari, l'intermediario polifunzionale (tipicamente collocatore di strumenti finanziari da un lato e distributore di prodotti bancari e assicurativi dall'altro, ed anche eventualmente consulente su tali prodotti) dovrà assumere una considerazione unitaria di tutta la gamma di prodotti/servizi offerti al momento di definire i comportamenti da porre in essere nel rapporto con i clienti, anche al fine di applicare le regole di condotta in modo coordinato”. Ad esempio, nel valutare la “storia” finanziaria del cliente devono essere valorizzati, indifferentemente, sia gli investimenti in prodotti assicurativi a contenuto finanziario, sia le operazioni in strumenti finanziari. In tale contesto, e al fine di conformarsi agli obiettivi sopra tratteggiati, gli intermediari polifunzionali dovranno tenere in considerazione tutti i prodotti/servizi commercializzati.

Così chiarita la *ratio* dell'art. 88 NRI, ne discende che lo stesso non risulta applicabile alle imprese di assicurazione in quanto le compagnie non possono mai configurarsi come “intermediari polifunzionali”, non potendo essere autorizzate alla distribuzione di quote di fondi comuni di investimento o di altri strumenti finanziari (ciò che costituisce attività riservata, *in primis*, alle Sim e alle banche). La norma in questione, del resto, non figura tra le disposizioni richiamate come applicabili dall'art. 87 NRI alle imprese di assicurazione che commercializzano direttamente i propri prodotti.

9. La transizione al digitale delineata dal decreto Crescita 2: il sito internet per i contraenti ed il portale telematico per gli intermediari assicurativi.

Fin qui il quadro delle norme legislative e regolamentari che disciplinano la formazione e l'esecuzione dei contratti assicurativi attraverso

³³ Cfr. CONSOB, *Documento di Consultazione sul NRI*. In argomento si veda specialmente PERRONE, *Distribuzione di prodotti finanziari emessi da banche ed imprese assicurative*, in *Disciplina dei mercati finanziari e tutela del risparmio*, a cura di Martorano e De Luca, Milano, 2008, p. 269.

le regole di condotta che le imprese devono osservare nella relazione con la clientela. Va ora considerato il recente intervento legislativo con il quale – nell'ambito di un eterogeneo insieme di misure volte favorire la ripresa economica – si obbligano le imprese assicurative ad introdurre appositi sistemi di comunicazione attraverso siti internet per favorire la trasparenza e la semplificazione dei rapporti con gli assicurati³⁴.

Simili dispositivi sono parte di un più ampio ambito di misure che lo stesso Decreto Crescita 2 ha cercato di introdurre per arrivare ad una sorta di *mercato elettronico dei contratti* attraverso una piattaforma telematica destinata a facilitare la comparabilità delle polizze assicurative. Così, in una prima fase, il dispositivo che ciascuna impresa è tenuta ad organizzare per rendere informazioni in via telematica alla propria clientela è inizialmente concepito come parte di un più ampio disegno di istituzione di un mercato elettronico per la conclusione e la gestione dei contratti assicurativi in formato completamente elettronico. Infatti, al punto di accesso informativo per gli assicurati nell'ambito del sito *internet* delle imprese è associata – con un'altra norma di dirompente impatto sulla struttura del mercato – l'istituzione di una piattaforma elettronica per facilitare la gestione e conclusione dei contratti assicurativi originati nell'ambito del nuovo contesto competitivo aperto dalla piena libertà di collaborazione fra intermediari assicurativi di primo livello prevista dal medesimo Decreto Crescita 2³⁵. Poiché la piattaforma comune è attiva

³⁴ L'art. 22, co. 8, del decreto l. 18 ottobre 2012, n. 179 recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" convertito, con modificazioni, dalla l. 17 dicembre 2012, n. 22, così dispone: "Al fine di favorire una più efficace gestione dei rapporti contrattuali assicurativi anche in via telematica, entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, l'IVASS, sentite l'Associazione nazionale tra le imprese assicuratrici-ANIA e le principali associazioni rappresentative degli intermediari assicurativi, stabilisce con apposito regolamento le modalità secondo cui, entro i successivi 60 giorni, nell'ambito dei requisiti organizzativi di cui all'articolo 30 del decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, le imprese autorizzate all'esercizio dei rami vita e danni prevedono nei propri siti internet apposite aree riservate a ciascun contraente, accedibili mediante sistemi di accesso controllato, tramite le quali sia possibile consultare le coperture in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti e le relative scadenze, e, limitatamente alle polizze vita, i valori di riscatto e le valorizzazioni aggiornate".

³⁵ L'art. 22, co. 10, del d.l. 18 ottobre 2012, n. 179 cit., così dispone: "Al fine di favorire il superamento dell'attuale segmentazione del mercato assicurativo ed accrescere il grado di libertà dei diversi operatori, gli intermediari assicurativi di cui al co. 2, lett. *a*, *b*, *d*, dell'art. 109 del d.lgs. 7 settembre 2005, n. 209, nonché quelli inseriti nell'elenco annesso al registro degli intermediari medesimi ex art. 33, co. 2 del regolamento ISVAP n. 5/06, possono adottare forme di collaborazione reciproca nello svolgimento della

attraverso uno standard tecnologico uniforme, gli intermediari riescono ad operare collaborando reciprocamente, senza la necessità di assumere un incarico diretto di intermediazione.

L'idea di un facilitatore telematico per aumentare la comparabilità dei contratti assicurativi si affaccia nel Decreto Crescita 2 con una norma che esplicitamente attribuisce all'Ivass una potestà regolamentare, orientata all'eliminazione di ostacoli di carattere tecnologico, per definire standard tecnici uniformi non solo per consentire agli intermediari di svolgere agevolmente l'attività di preventivazione, monitoraggio e valutazione dei contratti consigliati alla clientela ma, soprattutto, anche per la gestione e conclusione dei contratti assicurativi, per eseguire semplicemente le ulteriori fasi sino alla conclusione del contratto. In tal modo, la piattaforma assumerebbe le caratteristiche di un vero e proprio mercato telematico dei contratti assicurativi standardizzati³⁶.

Successivamente alla conversione in legge del Decreto Crescita 2 accade, tuttavia, che il testo subisce una rivisitazione di apparente perfezionamento formale, ma che nella sostanza è preordinata a ridefinirne il campo di applicazione. Cambia, in profondità, la stessa funzione del di-

propria attività anche mediante l'utilizzo dei rispettivi mandati. Detta collaborazione è consentita sia tra intermediari iscritti nella medesima sezione del registro o nell'elenco a questo annesso, sia tra di loro reciprocamente, a condizione che al cliente sia fornita, con le modalità e forme previste nel Codice delle assicurazioni private e sui regolamenti attuativi, una corretta e completa informativa in relazione al fatto che l'attività di intermediazione viene svolta in collaborazione tra più intermediari, nonché l'indicazione dell'esatta identità, della sezione di appartenenza e del ruolo svolto dai medesimi nell'ambito della forma di collaborazione adottata. L'IVASS vigila sulla corretta applicazione del presente articolo e può adottare disposizioni attuative anche al fine di garantire adeguata informativa ai consumatori". Sull'opportunità di collaborazione fra intermediari iscritti a sezioni diverse del Registro ed anche sulla coerenza della correlata operatività congiunta nei confronti della clientela in relazione alla direttiva comunitaria sull'intermediazione assicurativa si era già espresso con efficaci argomentazioni MARANO, *La concorrenza tra intermediari assicurativi: prospettive di regolazione europea e interventi di liberalizzazione nazionali*, in *La regolazione assicurativa. Dal codice ai primi regolamenti di attuazione*, a cura di Marano e Siri, Torino, 2009, p. 231.

³⁶ L'art. 22, co. 13, del d.l. 18 ottobre 2012, n. 179, cit., nella sua originaria versione disponeva quanto segue: "13. Anche al fine di incentivare lo sviluppo delle forme di collaborazione di cui ai commi precedenti e di fornire impulso alla concorrenza attraverso l'eliminazione di ostacoli di carattere tecnologico, entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, l'IVASS, sentite l'ANIA e le principali associazioni rappresentative degli intermediari assicurativi, dovrà definire standard tecnici uniformi ai fini di una piattaforma di interfaccia comune per la gestione e conclusione dei contratti assicurativi, anche con riferimento alle attività di preventivazione, monitoraggio e valutazione".

spositivo tecnologico a supporto di un mercato elettronico aperto a tutti gli intermediari e scompare l'obiettivo di consentire anche le collaborazioni reciproche sino alla fase di conclusione dei contratti. È evidente che una simile infrastruttura avrebbe depotenziato – e finanche neutralizzato – i residui legami operativi che inducono gli intermediari assicurativi a preferire rapporti di sostanziale esclusiva o comunque a ricercare un portafoglio di mandati limitato ad un ristretto numero di compagnie proprio per le complessità amministrative e gestionali originate da prassi amministrative e sistemi informatici non intercomunicanti.

La disposizione è stata infatti sostituita da una nuova formulazione veicolata attraverso la Legge cd. di Stabilità 2013³⁷. Innanzitutto, il campo di applicazione della collaborazione fra intermediari esclude le polizze sulla vita, dato che nel testo vigente è ristretto ai soli contratti di assicurazione dei rami danni. La potestà regolamentare rimane orientata all'eliminazione degli ostacoli di carattere tecnologico, ma viene limitata alla definizione di regole uniformi che devono essere impiegate per l'accesso e il funzionamento della piattaforma telematica. È incerta inoltre la sua collocazione, dato che non viene indicato il soggetto incaricato della costituzione e dell'esercizio. La stessa piattaforma viene precipuamente destinata alla raccolta ed elaborazione dei preventivi che gli intermediari devono consegnare nel caso di stipulazione di polizze per l'assicurazione obbligatoria della responsabilità civile automobilistica³⁸. Resta la

³⁷ Il testo vigente dell'art. 22, co. 13, del d.l. 18 ottobre 2012, n. 179, coordinato con le modifiche introdotte dalla legge di conversione 17 dicembre 2012, n. 221 "legge di stabilità 2013", risulta il seguente: "13. Anche al fine di incentivare lo sviluppo delle forme di collaborazione di cui ai commi precedenti nei rami assicurativi danni e di fornire impulso alla concorrenza attraverso l'eliminazione di ostacoli di carattere tecnologico, entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, l'IVASS, di concerto con il Ministero dello sviluppo economico e sentite l'ANIA e le principali associazioni rappresentative degli intermediari assicurativi, dovrà definire specifiche e standard tecnici uniformi ai fini della costituzione e regolazione dell'accesso ad una piattaforma di interfaccia comune per le attività di consultazione di cui all'articolo 34, comma 1 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, nonché di preventivazione, monitoraggio e valutazione dei contratti di assicurazione contro i danni".

³⁸ Il d.l. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla l. 24 marzo 2012, n. 27, all'art. 34, rubricato "Obbligo di confronto delle tariffe r.c. auto", prevede quanto segue: "1. Gli intermediari che distribuiscono servizi e prodotti assicurativi del ramo assicurativo di danni derivanti dalla circolazione di veicoli e natanti sono tenuti, prima della sottoscrizione del contratto, a informare il cliente, in modo corretto, trasparente ed esaustivo, sulla tariffa e sulle altre condizioni contrattuali proposte da almeno tre diverse

possibilità di utilizzo della piattaforma per la preventivazione, monitoraggio e la valutazione dei contratti di assicurazione contro i danni, ma non vi più alcuna funzione dispositivo, che consenta la conclusione in formato elettronico dei contratti dei rami danni, nonché la successiva gestione, secondo forme tecniche che fanno impiego di comunicazioni elettroniche.

Il risultato ottenuto con la riformulazione della disposizione ne riduce considerevolmente la funzione ed il campo di applicazione. Infatti, basta considerare che: (a) eliminando le attività di *gestione e conclusione*, si riduce la piattaforma a un semplice dispositivo a funzione informativa³⁹; (b) la piattaforma è ora limitata ai *rami assicurativi danni*, escludendo qualsiasi funzione per i contratti di assicurazione sulla vita, per i quali la sola considerazione della funzione di accumulo di risparmio a lungo termine avrebbe giustificato l'inclusione nella piattaforma; (c) le residue attività informative – individuate sul versante precontrattuale nella consultazione e nella preventivazione potrebbero essere *limitate ai soli intermediari*, non essendo chiaro se l'accesso sia consentito anche alla generalità del pubblico; (d) le attività di monitoraggio e valutazione risultano caratterizzate da *fase di esecuzione e gestione* dei contratti, senza che sia esplicitamente previsto il coordinamento con le norme che prevedono obblighi di comunicazione secondo le forme tradizionali su supporto documentale cartaceo.

L'intento perseguito e ottenuto con le modifiche disposte attraverso la Legge di Stabilità 2013 è sicuramente quello di depotenziare la prima versione della piattaforma telematica introdotta con il Decreto Sviluppo 2. Infatti, la sua realizzazione avrebbe ridisegnato la struttura competitiva non solo dal lato della distribuzione, ma probabilmente anche sul mercato del prodotto, se si considera l'effetto di concen-

compagnie assicurative non appartenenti a medesimi gruppi, anche avvalendosi delle informazioni obbligatoriamente pubblicate dalle imprese di assicurazione sui propri siti internet. 2. Il contratto stipulato senza la dichiarazione del cliente di aver ricevuto le informazioni di cui al comma 1 è affetto da nullità rilevabile solo a favore dell'assicurato. 3. Il mancato adempimento dell'obbligo di cui al comma 1 comporta l'irrogazione da parte dell'ISVAP a carico della compagnia che ha conferito il mandato all'agente, che risponde in solido con questo, in una misura non inferiore a euro 50.000 e non superiore a euro 100.000”.

³⁹ Certamente la piattaforma non sembra più prevedere obbligatoriamente una compatibilità di tipo universale, per permettere agli intermediari eventualmente interessati alle nuove forme di collaborazione appena introdotte una interazione amministrativa e assuntiva facilitata.

trazione della domanda e dell'offerta che normalmente un mercato telematico determina proprio per la riduzione dei costi informativi ed operativi nel processo di selezione e di negoziazione dei contratti⁴⁰. È evidente che un mercato interamente telematico interferisce con un modello distributivo ancora prevalentemente orientato su una relazione di esclusiva – sebbene solo fattuale nei rami danni⁴¹ – tra compagnie ed intermediari⁴².

Simili implicazioni sulla struttura competitiva del mercato della distribuzione hanno influenzato anche la messa a punto del sito internet per gli assicurati. Non è senza significato la circostanza che lo stesso Decreto Crescita 2 avesse già subito una deviazione significativa rispetto alla sua iniziale configurazione. Infatti, la versione iniziale prevedeva possibilità di *contatto diretto degli assicurati* con la propria compagnia anche per perfezionare le operazioni di rinnovo e di pagamento⁴³. In tal modo, il

⁴⁰ Sui rapporti fra regolazione assicurativa e struttura del mercato rimane essenziale la panoramica tracciata da RICOLFI, *Attività assicurativa e competizione regolatoria*, in *Assicurazioni*, 2006, p. I, p. 395.

⁴¹ In argomento si veda FRIGNANI e GAMBUTO, *Il divieto di monomandato nel contratto di agenzia assicurativa: contrarietà o conformità al diritto europeo della concorrenza?*, in *Dir. econ. assic.*, 2006, p. 751.

⁴² La stessa possibilità di libera collaborazione tra gli intermediari, sia tra gli iscritti alla medesima sezione del RUI che tra quelli rispettivamente iscritti alle sezioni A, B, D, non potrà realizzarsi esclusivamente attraverso la piattaforma elettronica, così come inizialmente prevista, riportando per la fase di stipulazione dei contratti alle ordinarie procedure amministrative ed ai connessi limiti di compatibilità gestionale nei rapporti tra gli intermediari eventualmente coinvolti. Essi potranno ostacolare, ma non del tutto impedire, fenomeni di migrazione del portafoglio da una compagnia ad un'altra, su cui permane tuttavia il rischio di incorrere in prassi commerciali non orientate al rispetto della regola di adeguatezza nell'offerta al singolo cliente. Sull'apertura concorrenziale del mercato assicurativo si veda ampiamente MARANO, *L'intermediazione assicurativa*, Milano, 2013.

⁴³ Il testo dell'art. 22, co. 8, del decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, prevedeva quanto di seguito riportato: “8. Al fine di favorire una più efficace gestione dei rapporti contrattuali assicurativi anche in via telematica, entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente decreto, l'IVASS, sentite l'Associazione nazionale tra le imprese assicuratrici-ANIA e le principali associazioni rappresentative degli intermediari assicurativi, stabilisce con apposito regolamento le modalità secondo cui, entro i successivi 60 giorni, nell'ambito dei requisiti organizzativi di cui all'articolo 30 del decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, le imprese autorizzate all'esercizio dei rami vita e danni prevedono nei propri siti internet apposite aree riservate a ciascun contraente, accedibili mediante sistemi di accesso controllato, tramite le quali sia possibile consultare le coperture in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti e le relative scadenze, e, limitatamente alle polizze vita, i valori di riscatto e le valorizzazioni aggiornate, nonché effettuare rinnovi e pagamenti”.

passaggio alla negoziazione telematica avrebbe portato ad una relazione esclusiva e diretta del cliente verso la compagnia con una possibile riduzione di costi derivanti dal venir meno del ruolo dell'intermediario in ogni successiva fase di rinnovo del contratto.

10. Le caratteristiche del servizio informativo per i contraenti previste nel regolamento di attuazione.

La versione definitiva, alla quale è vincolato il regolamento di attuazione dell'Ivass, prevede soltanto funzioni informative, senza che sia disciplinata la funzione di conclusione e di rinnovo dei contratti. E' evidente che tali operazioni rimangono possibili per libera scelta organizzativa della singola compagnia, ma ciò nel quadro di norme che – come il presente lavoro cerca di evidenziare – necessiterebbero un cospicuo adeguamento per consentire una negoziazione e conclusione interamente telematica dei contratti, specialmente nel caso delle assicurazioni sulla vita.

Ad ogni buon conto, considerata la sola funzione orientata al supporto informativo, non sembrano ancora ben definiti gli effetti derivanti dalla disponibilità delle informazioni – relative allo stato dei contratti in corso sul sito *internet* della compagnia – per quanto concerne le regole di comportamento che declinano i doveri di assistenza alla clientela che caratterizzano i rapporti con gli intermediari – specie se tradizionali – ed alle correlate differenze di ruolo e di responsabilità⁴⁴. Nella stessa dimensione, in riferimento agli intermediari bancari e finanziari – tenuto conto che i destinatari della norma del Decreto Crescita 2 sono solo le imprese di assicurazione - non è chiaro se e come sia possibile coordinare l'informatica sul sito della compagnia con quello della banca o della Sim, che sulla spinta dell'incentivo a valorizzare il ruolo di punto di accesso ai servizi finanziari in senso ampio⁴⁵, sosterrebbero investimenti duplicativi di

⁴⁴ Sul tema si veda da ultimo CALVO, *Gli obblighi informativi dell'intermediario di assicurazione*, in *Nuove leggi civ. comm.*, 2012, p. 819 ed anche SANGIOVANNI, *L'informazione precontrattuale degli intermediari assicurativi*, in *Contr. e impr.*, 2010, p. 123. Sui profili relativi alla posizione del contraente-investitore si veda in particolare A. GAMBINO, *La responsabilità e le azioni privatistiche nella distribuzione dei prodotti finanziari di matrice assicurativa e bancaria*, in *Assicurazioni*, 2007, I, p. 191.

⁴⁵ In argomento si veda GALLETTI, *La cross selling di prodotti bancari ed assicurativi dopo le recenti riforme dei mercati finanziari*, in *Banca, impresa, soc.*, 2007, p. 365 e

quelli effettuati dalle imprese per inserire anche i contratti assicurativi nel portafoglio dei prodotti amministrati o gestiti per la clientela.

Il sito *internet* rivolto ai clienti – e per tale ragione denominato nel lessico dei lavori di elaborazione del regolamento con il termine per vero non del tutto appropriato di *home insurance* – deve essere attivato dalle compagnie sia per i propri clienti nei rami danni sia per quelli che hanno stipulato contratti di assicurazione sulla vita. Ciascuna compagnia è tenuta ad introdurre nel proprio sito internet un'area riservata a ciascun contraente, tramite la quale sia possibile consultare le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti e le relative scadenze e, limitatamente alle polizze vita, i valori di riscatto e le valorizzazioni aggiornate.

La finalità dell'intervento legislativo è quella di favorire un più efficace flusso di comunicazione sullo stato dei rapporti assicurativi, valorizzando il canale di comunicazione telematico quale strumento per accrescere la trasparenza e semplificare il rapporto impresa-assicurato. Nel regolamento dell'Ivass⁴⁶ sono perciò stabiliti criteri di carattere generale per la costituzione delle aree dedicate ai contraenti, lasciando all'autonomia delle imprese la scelta delle relative modalità attuative. L'accesso e il funzionamento delle aree riservate devono essere assi-

LENER, *L'offerta al pubblico di fondi pensione, polizze assicurative e strumenti finanziari in prospettiva italiana comparata*, in *Contr. e impr. Europa*, 2006, p. 495.

⁴⁶ Provvedimento n. 7 del 16 luglio 2013 recante disposizioni in materia di gestione dei rapporti assicurativi via web, attuativo dell'articolo 22, comma 8, del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179 convertito con legge 17 dicembre 2012, n. 221 – modifiche al Regolamento Isvap n. 35 del 26 maggio 2010. Le nuove disposizioni sono inserite nell'ambito del Regolamento ISVAP n. 35, che disciplina gli obblighi di informazione e la pubblicità dei prodotti assicurativi, attraverso un apposito titolo dedicato all'informativa al contraente. In tal modo tutte le disposizioni in materia di informativa agli assicurati risultano raccolte in un unico atto regolamentare. Per qualunque tipologia di polizza il contenuto minimo delle informazioni da rendere disponibili nelle aree riservate ai contraenti, riguarda le coperture assicurative in essere, le condizioni contrattuali sottoscritte, lo stato dei pagamenti dei premi e le relative scadenze. Limitatamente ai contratti dei rami vita, incluse le polizze *unit* e *index linked*, è riportato anche il valore di riscatto, mentre per le sole polizze *unit linked* e *index linked*, anche il valore della posizione sulla base della valorizzazione corrente delle quote o del valore di riferimento a cui sono agganciate le prestazioni. In linea con la norma primaria, il Regolamento individua i soggetti destinatari del servizio telematico nei "contraenti", incluse quindi le persone giuridiche, e vi include con talune eccezioni individuate nell'art. 38-ter anche le polizze individuali standardizzate già in corso e quindi non solo i contratti stipulati successivamente all'entrata in vigore del nuovo servizio.

stiti da adeguati sistemi di protezione e sicurezza delle informazioni fornite attraverso il sito *internet*, proporzionati al tipo di servizio offerto. Qualora, ad esempio, un'impresa intenda rendere disponibili *on line* anche funzioni di pagamento dei premi, i sistemi di sicurezza dovranno essere opportunamente calibrati. L'adesione al servizio rimane essenzialmente su base facoltativa. Infatti, le credenziali identificative di accesso andranno rilasciate direttamente dall'impresa, su richiesta degli interessati⁴⁷.

Restano invece irrisolti i profili analizzati nel presente lavoro ed in particolare i limiti ad una diffusione generalizzata di flussi di comunicazione elettronica. Infatti, non vi è alcuna norma che consenta di fare a meno di inserire nei nuovi contratti una clausola per prevedere che le comunicazioni con la clientela possano avvenire (anche) mediante tecniche di comunicazione a distanza. Soprattutto, rimane l'ostacolo di ordine pratico di non poter estendere agevolmente le forme di comunicazione elettronica anche ai contratti in essere senza una appendice sottoscritta dal singolo cliente. È appena il caso di ricordare che per i prodotti assicurativi "tradizionali" (*id est*, diversi dai "finanziari") già commercializzati e per quelli collocati prima dell'applicazione del t.u.f., rimane comunque necessario raccogliere sul medesimo sito *internet* nella parte ad accesso riservato il consenso del cliente a ricevere le comunicazioni in formato elettronico. Il regolamento 35, come modificato dal provvedimento dell'Ivass per l'attuazione del Decreto crescita 2, disciplina tale adempimento e lo riconosce come prassi legittima, limitatamente ad alcune comunicazioni periodiche, conservando invece la forma scritta per l'informativa ad evento sulla perdita di valore significativa nel caso delle polizze finanziarie e, più in generale, per gli avvisi di scadenze ed i connessi adempimenti per la liquidazione delle somme dovute ai beneficiari.

Non è trascurabile, infine, la condizione sfavorevole che deriva dalla disciplina applicabile ai prodotti assicurativi finanziari commercializzati dopo la sottoposizione alle regole del t.u.f. stabilita dalla Legge sul Risparmio. Infatti, la possibilità di inviare comunicazioni alla clientela

⁴⁷ Il Regolamento disciplina le modalità con cui le imprese devono dare notizia ai contraenti della possibilità di accedere al nuovo servizio via *internet*. È prevista, accanto all'informativa sul sito *internet* aziendale, l'invio di una comunicazione scritta al cliente alla prima occasione utile, sfruttando i momenti nei quali l'impresa è tenuta a contattare il cliente in adempimento di obblighi informativi già previsti dalla normativa o dallo stesso contratto.

mediante tecniche a distanza risulta circoscritta al caso in cui il contratto non disciplini la forma delle comunicazioni in questione, ovvero la disciplini contemplando espressamente tali modalità di comunicazione, ovvero utilizzando formule sufficientemente generiche. Negli altri casi, per i rapporti in corso, è sempre necessaria un'espressa e preventiva modifica contrattuale per conformarsi alla regola di forma scritta applicabile anche ai contratti assicurativi a contenuto finanziario.

11. Prospettive.

Le considerazioni raccolte nel presente lavoro mostrano come vi sia ancora un lungo percorso per facilitare la transizione verso una gestione su formato elettronico dei contratti assicurativi. Vi è anche l'esigenza di un quadro regolamentare che sia maggiormente favorevole alla semplificazione degli adempimenti, specie quando si possono tradurre in una riduzione dei costi dei processi amministrativi ed in una facilitazione della relazione con gli assicurati. Di una simile prospettiva, avvertita per lo più nel settore delle polizze di assicurazione contro i danni⁴⁸, non vi è condivisa consapevolezza per i prodotti assicurativi di risparmio, siano essi quelli rivalutabili oppure quelli di investimento, per i quali invece è proprio l'orizzonte di lunga durata a rendere efficaci forme di comunicazione e di interazione diretta su sistemi telematici. Nella stessa logica, anche le attività propedeutiche alla conclusione del contratto e quelle dispositивi per la gestione delle opzioni di modifica del contratto si gioverebbero di una sistematica diffusione della documentazione attraverso supporti digitali⁴⁹.

⁴⁸ Si veda l'art. 22, co. 15-bis, del d.l. 18 ottobre 2012, n. 179, n. 221 quale norma programmatica che promuove misure di semplificazione per tutti i rami danni inclusa l'assicurazione obbligatoria per la responsabilità civile automobilistica. Essa prevede quanto segue: "15-bis. Entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del presente decreto, l'IVASS provvede, limitatamente al ramo assicurativo danni, alla definizione di misure di semplificazione delle procedure e degli adempimenti burocratici, con particolare riferimento alla riduzione degli adempimenti cartacei e della modulistica, nei rapporti contrattuali fra le imprese di assicurazione, gli intermediari e la clientela, anche favorendo le relazioni digitali, l'utilizzo della posta elettronica certificata, la firma digitale e i pagamenti elettronici e i pagamenti *on-line*".

⁴⁹ Basti pensare al rilascio della documentazione precontrattuale in formato non più cartaceo ed alla sostituzione con l'accesso al sito *internet* che ne preveda la consegna telematica. La stessa fase di conclusione del contratto potrebbe realizzarsi mediante una

Per guidare un simile processo occorre tuttavia partire dall'adattamento del quadro normativo, che disciplina le attività di informativa pre e post-contrattuali con un approccio ancora basato sulla preferenza per la modalità convenzionale. In particolare, sarebbe opportuno considerare, per tutte le funzioni informative e per la generalità dei contratti in essere, una preferenza verso i sistemi di comunicazione elettronica, ferma restando la libertà del cliente di ritornare, con un meccanismo di *opting out*, al sistema tradizionale. Con le parole del saggio, e non solo letteralmente, il rischio è quello di “guardare l’albero e non vedere la foresta”, perché concentrandosi solo sui particolari non si vede la foresta che si potrebbe risparmiare con un approccio più sistematico alla gestione interamente su formato elettronico dei flussi informativi e dispostivi da e verso gli assicurati.

MICHELE SIRI

sottoscrizione effettuata attraverso il nuovo sistema di firma elettronica avanzata, che il Decreto Crescita 2 ha introdotto nel Codice dell’amministrazione digitale all’art. 21 co. 2-bis e che ha espressamente dichiarato equivalente alla sottoscrizione richiesta dall’art. 1350 c.c.