

## REG. 35, CROCE E DELIZIA DELL'INTERMEDIAZIONE

Il Reg. 35 si rivolge alle imprese, quindi si potrebbe dire che non è questione dell'intermediario. "In realtà, afferma l'avvocato Carlo Galantini, consulente legale di Acb, il Reg. 35 finisce con avere una forte incidenza anche sull'intermediario. Questo perché il regolamento nasce dall'articolo 183 del codice delle assicurazioni il quale stabilisce degli obblighi di comportamento cui sono obbligati sia le imprese che gli intermediari. È una novità rispetto al mondo precedente, dove l'ambito della distribuzione aveva sue regole. Ora ci si occupa sempre più direttamente della chiarezza delle informazioni percepite e recepite dal cliente. Per questo l'opera dell'intermediario diventa sempre più importante".

Questo vuol dire che l'intermediario deve preoccuparsi che questi obblighi di informativa siano realmente soddisfatti. Se non lo sono, l'obbligo di trasparenza incombe anche su di lui, che dovrà conformarsi, facendo funzione suppletiva per far capire bene il prodotto al cliente. Questo obbligo si delinea in varie disposizioni di dettaglio tra cui una assolutamente prioritaria: l'articolo 51 sul conflitto di interessi. Nell'articolo 183 del Codice delle Assicurazioni questa materia è regolata in modo più blando ("organizzarsi in modo tale da identificare ed evitare conflitti di interesse ove ciò sia ragionevolmente possibile"). "Nell'articolo 51 del Reg. 35 invece, sottolinea Galantini, si afferma che in ogni caso le imprese devono effettuare le operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili, per offrirgli il migliore risultato possibile, astenendosi da operazioni non necessarie e da comportamenti dannosi. Queste prescrizioni spostano le regole in modo eccessivo verso un traguardo consumeristico dell'affare assicurativo, un esercizio difficile da concretizzare. Sarebbe stato meglio aggiungere: a seconda delle condizioni di mercato".

C'è una pulsione espressa ad aumentare lo sforzo delle imprese di agire nell'interesse del fruitore del servizio. Questo deve essere accolto anche dall'intermediario perché deve distribuire prodotti non in contrasto con questi principi, altrimenti il contraente potrebbe recriminare in qualsiasi momento. Quindi è compito dell'intermediario selezionare imprese che siano compliant con questi mandati o pretendere che ci siano chiarimenti sui contenuti dei prodotti e dei servizi. Un tema che ha forti ripercussioni quando ad esempio si parla di contratti stipulati in forma collettiva e di consegna delle informative, dei documenti e delle polizze ai contraenti.

Uea, perché stiamo parlando di un divieto che non è presente in nessun impianto normativo europeo o nazionale". Nella direttiva europea sulla intermediazione non era previsto nessun tipo di segmentazione e se è vero che la disciplina europea dovrebbe irradiare quella nazionale "il recepimento avvenuto poi con il codice delle assicurazioni ha parlorito il massimo ... dell'italianità". Non solo un registro, ma anche segmentazioni in lettere a cui corrispondono obblighi differenti, con prestazioni differenti e con una serie di gradazioni di pene squilibrate. "Nella norma europea nessuno ha mai pensato di non consentire la collaborazione tra

intermediari: una collaborazione tra differenti figure potrebbe creare problemi di natura giuridica, invece l'identità neutralizza tutto questo all'origine".

Esiste qualche limitazione imposta dal codice civile? No, anzi, si sanciscono principi di parità di condizioni tra le parti di un contratto.

C'è qualche principio costituzionale che ha spinto a produrre "una norma surrettizia di tal genere"? Nessuno, anzi, nella Costituzione si parla esplicitamente di principi di parità, uguaglianza e apertura. Ci sono leggi speciali che giustificano quella norma? No, anzi, facendo l'analogia con altri settori, ad esempio i concessionari d'auto, nuove normative

hanno eliminato quelli che erano gli obblighi del concessionario solo ed esclusivamente monomarca.

Ci sono quindi incongruenze tra quanto stabilito e quanto dichiarato dalle autorità garanti. Da una parte una norma limitativa, dall'altra affermazioni relative alla necessità di un mercato più libero e più aperto, alla necessità che il consumatore possa scegliere e avere sempre più possibilità di relazione sul territorio. Come conciliano le autorità questi appelli con le restrizioni imposte dal Codice?".

Anche perché non mancano esempi eclatanti. Il tabù della collaborazione A con A è crollato sulla spinta dell'es-

Da sinistra:

Franco Barbieri, consigliere Uea

Carlo Galantini, consulente legale di Acb

