

VERSO LE NUOVE REGOLE IDD

Rivoluzione d'ottobre per il mondo delle polizze

Mancano 15 giorni all'entrata in vigore della nuova direttiva che cambia le regole della distribuzione

Pagina a cura di
Federica Pezzatti

■ Mancano 15 giorni all'entrata in vigore della Idd, denominata anche Mifid delle polizze. Si tratta della nuova direttiva europea sulle assicurazioni che avrà impatti considerevoli non solo sulla vendita delle polizze ma anche sulla strutturazione dei prodotti. La direttiva introduce tutele per il cliente finale sin dal momento del design di una soluzione assicurativa. Le imprese e gli intermediari assicurativi dovranno verificare che ogni proposta sia in linea con l'interesse del cliente e dovranno monitorare che, per tutta la durata del contratto, il prodotto continui a

rispondere agli interessi della tipologia di clienti per i quali è stato realizzato. Si spera che questo sforzo normativo si traduca in un effettivo miglioramento del servizio e della consulenza, sia in un maggiore utilizzo delle polizze, soprattutto di quelle realmente necessarie. Gli italiani sono ancora sottoassicurati: si sono vendute soprattutto polizze d'investimento e poca protezione. Secondo i dati Prometeia al netto della componente dei prodotti "proposti" in abbinamento ai mutui, solo il 6% degli italiani in età assicurabile è coperto dal caso morte, solo il 4% delle famiglie ha una polizza malattia e in misero 0,5% ha un contratto che sostiene chi perde l'autosufficienza. «Ora il processo di creazione e monitoraggio dei prodotti assicurativi, attuato tramite il Pog (Product Oversight Governance) con una stretta collaborazione fra creatore del prodotto e distributore - spiega Stefano Frazzoni, partner Prometeia (società di consulenza) - è finalizzato a garantire coerenza fra prodotto e bisogni del bacino di domanda potenzia-

le. Il processo di collocamento sarà basato sull'analisi dei bisogni dei clienti e sull'individuazione della soluzione assicurativa più coerente e sono previsti importanti presidi di trasparenza e correttezza». Chi realizza nuove soluzioni assicurative, dunque, deve tararle sul tipo di target e monitorare nella fase pre e post vendita. Un concetto molto diverso dalla verifica dell'adeguatezza ex post utilizzato finora: ora la verifica deve essere effettuata a monte fin dalla progettazione e strutturazione del prodotto che deve essere "tailor made". In particolare la normativa Pog richiede di non avere prodotti troppo "granulari" (termine adottato da Eiopa) ossia potenzialmente valido per tutti ma il soggetto target deve essere ben preciso.

Con queste premesse è auspicabile che si concepiscono prodotti "ad hoc" per incrementare l'utilizzo di soluzioni utili. «Uno degli effetti dell'entrata in vigore della normativa Idd sarà l'obbligo di erogare al cliente un servizio di consulenza per aiutarlo ad analizzare le sue esigenze e iden-

tificare il prodotto più coerente -», spiega Carniol -. Ci si aspetta quindi che gli intermediari (soprattutto le banche) possano trarne vantaggio. Altro effetto della Idd sarà la riduzione del numero di produttori (cioè compagnie) con cui ciascun distributore (banche, agenti plurimandatari) tenderà ad operare». Qualche timido segnale di ripresa del business protezione in realtà c'è. Per i prodotti di puro rischio individuali non legati ai mutui, si è vista una crescita della raccolta del 22%, venuta però soprattutto dal canale agenziale (+38%). «Si tratta di prodotti con un grande potenziale visto il basso livello di penetrazione», spiega Fabio Carniol, a.d. di Chiara Assicurazioni e Helvetia Vita, compagnia che ha appena lanciato un nuovo prodotto che prevede un processo di emissione totalmente automatizzato anche in caso di rischi non standard. All'origine di questa crescita vi è anche più attenzione delle compagnie verso queste coperture, che assorbono poco capitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA