

AGENZIA

CENTRO SERVIZI ASSICURATIVI DI CAPANO CIRO E C. SAS

VIA MAZZINI 5 - 80059 TORRE DEL GRECO (NA)
iscrizione RUI A000056331 del 05-03-2007

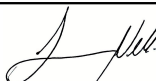

PRO 8.2 Promozione e trasparenza di prodotti assicurativi

Sommario

- [1. Riferimenti normativi](#)
- [2. Termini e definizioni](#)
- [3. Informative dei prodotti assicurativi](#)
- [4. Azioni pubblicitarie](#)
 - [4.1 Comunicazioni pubblicitarie](#)
 - [4.2 Elementi della pubblicità](#)
 - [4.3 Pubblicità dei prodotti IBIPs](#)
- [5. Azioni promozionali](#)
 - [5.1 Promozione tramite Sito internet e social](#)
 - [5.2 Promozione di eventi](#)
- [6. Servizi di comparazione \(art. 80 reg. ivass 40/18\)](#)
- [7. Comunicazioni commerciali \(art. 82\)](#)
 - [7.1 Leicità del trattamento dati per finalità commerciali](#)
 - [7.2 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza](#)
- [8. Comunicazioni modifiche societarie al contraente](#)
- [9. Trasparenza](#)
- [10. Riservatezza](#)

Numero di pagine del documento: 6

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Consulente Compliance ing. Francesco Netti	Approvato da Delegato Assicurativo
0	22.04.2021	Recepimento Reg. IVASS 45/20 e Provv. 97/20		

1. Riferimenti normativi

Regolamento IVASS 40/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Regolamento IVASS 41/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi

Regolamento ISVAP 23/08 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disciplina della trasparenza dei premi e delle condizioni di contratto nell'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e natanti.

2. Termini e definizioni

"pubblicità": ogni messaggio, diffuso con qualsiasi mezzo di comunicazione e con qualunque modalità, avente la finalità di promuovere i prodotti assicurativi.

"set informativo": l'insieme dei documenti che sono predisposti, consegnati unitariamente al contraente, prima della sottoscrizione del contratto, e pubblicati nel sito internet dell'impresa.

3. Informative dei prodotti assicurativi

I documenti costituenti il set informativo sono redatti dall'impresa e disponibili su sito internet dell'impresa stessa e, tramite i portali, messi a disposizione all'agenzia per l'attività di distribuzione assicurativa.

Il set informativo è composto da:

- DIP DANNI/DIP aggiuntivo DANNI o al DIP VITA/DIP aggiuntivo VITA o DIP aggiuntivo MULTIRISCHI o al KID/DIP aggiuntivo IBIP,
- Le condizioni di assicurazione, comprensive di glossario,
- Un modulo di proposta o, ove non previsto, il modulo di polizza.

4. Azioni pubblicitarie

4.1 Comunicazioni pubblicitarie

La pubblicità dei prodotti assicurativi è effettuata:

- a) nel rispetto dei principi di chiarezza e correttezza;
- b) in conformità al contenuto del set informativo cui i prodotti si riferiscono.

Le comunicazioni pubblicitarie svolte dall'agenzia devono essere chiare, non fuorvianti, imparziali e complete. Le comunicazioni pubblicitarie devono essere chiaramente identificabili come tali e sono soggette alla preventiva autorizzazione delle imprese proponenti.

Il messaggio pubblicitario è strutturato in modo da non indurre in errore circa le caratteristiche, la natura, le garanzie e i rischi del prodotto offerto e utilizza forme espressive e caratteri chiari, ben visibili e leggibili.

La pubblicità è immediatamente riconoscibile come tale e ben distinguibile rispetto a ogni altra forma di comunicazione.

4.2 Elementi della pubblicità

Il messaggio pubblicitario indica con chiarezza ed evidenza la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche del relativo prodotto.

Il messaggio pubblicitario riporta, con caratteri che consentono un'immediata e agevole lettura, la seguente

avvertenza: *“Prima della sottoscrizione leggere il set informativo”*.

Il messaggio pubblicitario indica il sito internet dell'impresa nel quale è pubblicato il set informativo.

Nella pubblicità effettuata tramite mezzi di comunicazione audiovisivi, le informazioni indicate sono riprodotte lentamente, in modo da consentirne un agevole ascolto.

Le espressioni “garantisce”, “garantito” o termini similari che inducono a ritenere sussistente il diritto a una prestazione certa per l'assicurato o per il portatore di un interesse alla prestazione assicurativa possono essere utilizzate solo se la garanzia è rilasciata dall'impresa di assicurazione.

La qualifica di contratto “etico” e “sostenibile” può essere utilizzata solo per i contratti sottoposti alla disciplina della finanza etica e sostenibile.

4.3 Pubblicità dei prodotti IBIPs

L'agenzia procede alla pubblicità dei prodotti IBIPs solo per il tramite delle attività impostate dall'impresa di assicurazione mandante, senza procedere in modo autonomo, in particolare alla pubblicità dei rendimenti dei prodotti assicurativi d'investimento.

L'impresa, in fase di promozione di prodotti IBIPs rispetta i seguenti requisiti:

- *Caratteristiche delle informazioni:* le informazioni fornite sono accurate, sufficienti, aggiornate e non utilizzano il nome di nessuna autorità competente indicando che essa avalla o approva i prodotti IBIPs distribuiti; le informazioni contenute nelle comunicazioni pubblicitarie sono coerenti con quelle fornite in sede precontrattuale e contrattuale.
- *Risultati finanziari passati:* non devono costituire l'elemento più evidente della comunicazione; devono essere elaborati su un arco temporale pari almeno agli ultimi cinque anni; devono presentare chiaramente le fonti; devono indicare l'avviso che i dati passati non sono un indicatore affidabile per i risultati futuri.
- *Simulazioni di risultati passati:* le informazioni devono riguardare uno strumento/indice finanziario utilizzato come sottostante dei prodotti di investimento assicurativi. Tali simulazioni devono riferire a sottostanti identici o sostanzialmente uguali al sottostante dello strumento finanziario in questione.
- *Risultati finanziari futuri:* le informazioni trasmesse non devono basarsi su andamenti passati, ma su ipotesi ragionevoli ed oggettive riportando l'avviso che tali simulazioni si riferiscono a varie condizioni di mercato e non sono un indicatore certo dell'effettivo andamento del prodotto sul mercato.
- *Trattamento fiscale:* le informazioni indicano chiaramente che il trattamento fiscale dipende dalla situazione individuale del contraente.

5. Azioni promozionali

5.1 Promozione tramite Sito internet e social

L'agenzia è titolare del dominio del sito internet o del profilo social utilizzati per la promozione della distribuzione dei prodotti assicurativi.

L'agenzia può anche avvalersi di spazi dei siti internet dell'impresa mandante.

Il sito internet, il profilo social o l'applicazione utilizzata per la promozione contiene nella home page, in maniera chiara e visibile, le seguenti informazioni:

- a) i dati identificativi dell'intermediario, il numero di iscrizione nel Registro e l'indirizzo del sito internet dove consultare gli estremi della relativa iscrizione;
- b) la sede legale e le eventuali sedi operative;
- c) il recapito telefonico, il numero di telefax, l'indirizzo di posta elettronica e, laddove previsto, l'indirizzo di posta elettronica certificata;
- d) di essere soggetto alla vigilanza dell'IVASS;
- e) i recapiti per la presentazione dei reclami e la facoltà per il contraente di avvalersi di altri eventuali sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie previsti dalla normativa vigente.

Il sito è verificato in tutti i suoi aspetti di compliance mediante compilazione del documento:

P8.2ALL1 “Verifica sito internet”

5.2 Promozione di eventi

La promozione di eventi dell'agenzia è svolta rispettando le indicazioni dell'impresa mandante in particolare per l'uso dei loro loghi.

6. Servizi di comparazione (art. 80 reg. ivass 40/18)

Per servizio di comparazione si intende *fornire*, tramite un sito internet o altri mezzi, *informazioni*, relativamente a uno o più contratti di assicurazione, anche confrontati o ordinati, sulla base di criteri eventualmente scelti dal cliente, in termini di premi ed eventuali sconti applicati o di ulteriori caratteristiche del contratto, se il cliente è in grado di concludere direttamente o indirettamente lo stesso.

Qualora l'agenzia svolgesse servizio di comparazione:

- a) indica il dato relativo alla quota di mercato comparata e l'elenco delle imprese di assicurazione con le quali ha sottoscritto accordi finalizzati alla comparazione delle polizze; qualora il servizio di comparazione sia fornito attraverso siti internet, tali informazioni sono rese nell'home page o in altra pagina del sito direttamente accessibile dall'home page;
- b) garantisce che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate;
- c) in caso di mancata quotazione di una o più delle imprese comparate, esplicita i motivi dell'impedimento e comunica all'utente le relative quotazioni, anche in un momento successivo;
- d) fornisce comparazioni basate non soltanto sul prezzo, ma anche sulle caratteristiche principali delle polizze, in base a uno standard uniforme, tale da agevolare il confronto tra le diverse offerte;
- e) si dota di processi di rilevazione delle esigenze assicurative del contraente e di quotazione delle garanzie tali da produrre una gamma di prodotti tutti rispondenti alle esigenze dallo stesso manifestate;
- f) adotta modalità operative idonee ad evitare forme di abbinamento forzato delle coperture accessorie a contratti assicurativi della responsabilità civile auto e meccanismi di attribuzione automatica di garanzie non richieste e per le quali non sia stata manifestata espressamente la volontà di adesione (opt-out) ;
- g) garantisce la trasparenza delle remunerazioni riconosciute da ciascuna delle imprese all'intermediario per il servizio di comparazione, nonché dei compensi riconosciuti dalle imprese, per ciascuna polizza, in caso di conclusione del contratto in conformità all'informativa sulle remunerazioni;
- h) nel diffondere comunicazioni pubblicitarie si conformano a quanto disposto al paragrafo 7;
- i) garantisce la riservatezza delle informazioni acquisite in ragione dell'attività svolta in linea con quanto previsto dalle procedure interne.

7. Comunicazioni commerciali (art. 82)

7.1 Leicità del trattamento dati per finalità commerciali

La promozione di contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza per l'invio di materiale pubblicitario, per la vendita a distanza, per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazioni commerciali, richiede il previo *consenso* del contraente all'utilizzo della tecnica di comunicazione.

Gli strumenti per l'acquisizione del consenso del contraente, preceduta da informativa per il trattamento dati personali, sono messi a disposizione dall'impresa mandante e, ove ritenuto necessario, tramite modulistica di agenzia quale autonomo titolare come definito al punto 6.4 della procedura POG.

La documentazione atta a fornire evidenza della prestazione del consenso è archiviata e conservata secondo le istruzioni dell'impresa mandante e, per quella relativa al titolare autonomo, è archiviata cartaceamente o informaticamente qualora presente un gestionale d'agenzia. Il consenso prestato in maniera esplicita, in relazione alle diverse tipologie di comunicazione, senza oneri per il contraente ed è revocabile in ogni momento.

Salvo opposizione del contraente, l'agenzia può utilizzare le tecniche di comunicazione a distanza senza acquisire il previo consenso del contraente medesimo nel caso in cui questo abbia già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo assicurativo o ad altri rami, purché il prodotto sia distribuito dalla medesima impresa (così detto SOFT SPAM).

L'agenzia in occasione di ciascuna comunicazione effettuata ai sensi del presente comma informa il contraente della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando le relative modalità predisposte dall'impresa stessa.

7.2 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza

L'agenzia non procede a comunicazioni commerciali strutturate e sistematiche mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Nelle situazioni occasionali, il contraente viene informato in occasione di ciascuna comunicazione:

- a) se la comunicazione commerciale è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi;
- b) della provenienza dei dati personali del contraente e del loro utilizzo;
- c) che ha diritto di revocare il consenso all'utilizzo della comunicazione commerciale e di opporsi alle comunicazioni in ogni momento e senza oneri, come indicato al comma precedente;
- d) sulle modalità per l'esercizio dei diritti di cui alla lettera c);
- d-bis) che saranno registrate le conversazioni o le comunicazioni telefoniche che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi. Tale comunicazione può essere effettuata una sola volta prima del collocamento di un contratto assicurativo;

d-ter) che, con riferimento ai prodotti IBIPs, saranno registrate anche le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche rese nell'ambito dello svolgimento dell'attività di distribuzione che non hanno condotto all'effettiva conclusione di contratti assicurativi.

L'agenzia non si avvale sistematicamente di soggetti terzi per effettuare comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Per le situazioni occasionali, l'agenzia si assicura che tali soggetti terzi effettuino le comunicazioni commerciali per proprio conto in modo tale che:

- a) siano accompagnate dalle informazioni di cui al comma 1;
- b) indichino il nominativo del distributore che commercializza il contratto di assicurazione;
- c) in caso di comunicazione effettuata mediante siti internet, prevedano un link ipertestuale al sito internet o al profilo di social network del distributore ovvero l'indicazione del relativo indirizzo.

L'agenzia adotta tutte le misure ragionevoli per registrare le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche effettuate, trasmesse o ricevute attraverso apparecchiature elettroniche.

Le registrazioni sono conservate secondo quanto indicato al paragrafo 6.23 della procedura POG.

Gli addetti dell'agenzia si astengono dallo svolgere per telefono l'attività di distribuzione assicurativa se essi non hanno preventivamente effettuato l'informativa indicata al presente paragrafo.

8. Comunicazioni modifiche societarie al contraente

Modifiche dell'agenzia sono comunicate ai contraenti direttamente dall'impresa.

9. Trasparenza

Trasparenza nei locali

L'allegato

P8.2ALL2 "Angolo del consumatore"

indica i documenti che devono essere messi a disposizione del pubblico nei propri locali, anche avvalendosi di apparecchiature tecnologiche.

Trasparenza Informativa precontrattuale

L'elenco comprende i documenti seguenti:

- a) l'elenco recante la denominazione della o delle imprese di assicurazione con le quali l'intermediario ha rapporti d'affari, anche sulla base di una collaborazione orizzontale o di lettere di incarico;
- b) le informazioni di cui all'allegato 3;
- c) l'elenco degli obblighi di comportamento di cui all'allegato 4-ter.
come stabilito al paragrafo 6.6 del documento POG.

Trasparenza provvigioni

Resta fermo quanto previsto in materia di trasparenza delle provvigioni dall'articolo 131 del Codice e relative disposizioni di attuazione e dall'articolo 28 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, e successive modifiche e integrazioni:

1. Al fine di garantire la trasparenza e la concorrenzialità delle offerte dei servizi assicurativi, nonché un'adeguata informazione ai soggetti che devono adempiere all'obbligo di assicurazione dei veicoli e dei natanti, le imprese mettono a disposizione del pubblico, presso ogni punto di vendita e nei siti internet, la nota informativa e le condizioni di contratto praticate nel territorio della Repubblica.

2. La pubblicità dei premi è attuata mediante preventivi personalizzati rilasciati presso ogni punto di vendita dell'impresa di assicurazione, nonché mediante siti internet che permettono di ricevere il medesimo preventivo per i veicoli e per i natanti individuati nel regolamento di attuazione.

2-bis. Per l'offerta di contratti relativi all'assicurazione r.c. auto, l'intermediario rilascia preventiva informazione al consumatore sulle provvigioni riconosciutegli dall'impresa o, distintamente, dalle imprese per conto di cui opera. L'informazione è affissa nei locali in cui l'intermediario opera e risulta nella documentazione rilasciata al contraente.

2-ter. I preventivi e le polizze indicano, in modo evidenziato, il premio di tariffa, la provvigione dell'intermediario, nonché lo sconto complessivamente riconosciuto al sottoscrittore del contratto.

10. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.