

HOME [»](#) [RISPARMIO](#) [»](#) [CONTRATTI ASSICURATIVI: È ORA DI SEMPLIFICARLI E RENDERLI PIÙ TRASPARENTI](#)

CONDIVIDDI


[TWITTER](#)

[FACEBOOK](#)

[LINKEDIN](#)

[STAMPA](#)

[EMAIL](#)

Contratti assicurativi: è ora di semplificarli e renderli più trasparenti

1 Marzo 2021, 7:38 | di Filippo Cucuccio | [0](#) [0](#)

In un convegno alla Sapienza di Roma accademici, regulators, intermediari finanziari e associazioni dei consumatori concordano sulla centralità della semplificazione e trasparenza dei contratti assicurativi



Sembra ormai irreversibile la direzione di marcia intrapresa in Italia, ormai da un paio di anni, da Regulators e intermediari finanziari verso l'obiettivo di una accentuata **semplificazione dei contratti assicurativi**, nel segno della trasparenza delle clausole, della maggiore consapevolezza del cliente al momento dell'acquisto dei prodotti assicurativi e di un livello più elevato di efficienza complessiva di

questo specifico mercato. L'impulso dato dall'indirizzo dell'IVASS e dalle Linee Guida individuate dall'ANIA, dopo la consultazione tra compagnie assicurative, agenti, broker e associazioni dei consumatori, ha sicuramente costituito un punto di partenza di notevole rilievo di questo processo di semplificazione.

E', quindi, legittimo chiedersi, se dopo questa spinta iniziale vi siano stati ulteriori passi in avanti e se la pandemia da Covid '19 con le sue conseguenze in termini di minimizzazione dei contatti fisici e di esaltazione, viceversa, della relazionalità a distanza abbia ulteriormente favorito il processo di **semplificazione e trasparenza del mercato assicurativo**. A questi ed ad altri interrogativi connessi hanno cercato di rispondere gli ospiti di un recente convegno organizzato dalla Cattedra di Banking and Financial Regulation dell'Università Sapienza di Roma in collaborazione con il Gruppo Helvetia.

Sono stati concordi accademici, regulators, associazioni di categoria degli intermediari finanziari e operatori di mercato nel sottolineare la centralità dell' impegno per maggiori semplificazione e trasparenza. Da Domenico Siclari, Ordinario di Diritto dell'Economia e dei Mercati Finanziari presso l'Università di Roma per il quale l'obiettivo da porsi è "individuare un giusto equilibrio tra le esigenze di forma e trasparenza e talune modalità semplificate di espressione del consenso in grado comunque di tutelare al meglio la clientela al dettaglio"; a Vincenzo Sanasi d'Arpe, Straordinario di Diritto dell'Economia all'Università Marconi di Roma, nonché Amministratore Delegato di **Consap** spa, che ha ribadito come "la trasparenza coniugata con la semplificazione diventa l'emblema nel mercato assicurativo di una necessaria semplicità sintattico lessicale **al fine di rendere maggiormente consapevole l'assicurato**... la trasparenza, poi, deve essere coniugata con gli strumenti della digitalizzazione specie nei contratti assicurativi oggi sempre più stipulati nella forma inter absentes".

Fino a **Stefano De Polis, Segretario Generale dell'IVASS**, che ha sottolineato come "la chiarezza, la semplicità di contratto e dei documenti assicurativi alle quali si può giustamente affiancare il dovere di sintesi sono parte essenziale della governance del prodotto". Ricordando, anche, come queste esigenze già recepite dal Codice delle Assicurazioni Private del 2005, siano state ribadite da una recente sentenza della Corte di Cassazione (la 15598 del 2019), nonché dalla giurisprudenza comunitaria. Una linea di pensiero, quella espressa da De Polis, che testimonia le caratteristiche di un regulator particolarmente sensibile e attivo su questo specifico versante, pronto anche a promuovere quanto necessario per un utilizzo sicuro delle tecnologie digitali applicate alla contrattualistica del mercato assicurativo.

Non si tratta, peraltro, di obiettivi facili da raggiungere. Basti pensare alle criticità rilevate da **Giovanni Calabrò, Direttore Generale dell'AGCM del settore Tutela del Consumatore**, che ha

ARCHIVIO

Seleziona il mese

ricordato “la necessità di eliminare alcune aree grigie che persistono “come nel caso particolarmente delicato delle polizze vendute in abbinamento a finanziamenti, una situazione in cui i consumatori non hanno esigenze assicurative specifiche e sono in cerca di altri prodotti, con un acquisto che può dunque avvenire di impulso e senza una completa consapevolezza e libertà di determinazione”; o l'altro, ancor peggiore, del consumatore che nella sua qualità di lavoratore che perde il proprio posto di lavoro “è convinto che la polizza garantisca ristoro in tale evenienza e chiede alla compagnia assicurativa di subentrare nella restituzione del debito, salvo vedersi opporre un rifiuto per mancanza di copertura”.

Né può trascurarsi la diagnosi offerta da **Dario Focarelli, Direttore Generale dell'ANIA**, quando ricorda che “il mercato assicurativo è un mercato ad alta intensità di regolamentazione accentuata dall'irrompere della digitalizzazione”. E mette in guardia sulla difficoltà di cogliere due obiettivi sfidanti: il primo è di “ridurre il sistema di obblighi informativi, puntando sulle informazioni chiave della documentazione precontrattuale (Kid e Dip) indispensabili per contenere l'aumento vertiginoso nel numero di comunicazioni individuali tra intermediario e cliente; un numero destinato fatalmente ad aumentare ulteriormente con il nuovo regolamento sull'informativa relativa alla sostenibilità”.

Il secondo obiettivo è legato alla “creazione di un quadro legislativo adatto all'era digitale con alcuni punti qualificanti, come la razionalizzazione dei consensi espressi dal cliente per utilizzare i mezzi digitali, la previsione di processi standardizzati per facilitare la comunicazione e l'eliminazione dell'obbligo di invio di documentazione cartacea sostituita dalla loro reperibilità in modalità informatica”. Un percorso, dunque, caratterizzato da criticità da superare e da sfide da raccogliere, in cui dovrebbe tornare molto utile l'esperienza già maturata dall'Associazione Bancaria Italiana su questo specifico versante della semplificazione contrattuale. Lo ha sottolineato pure il **Vice Direttore dell'ABI, Gianfranco Torriero**, ricordando le iniziative attivate con le Associazioni dei Consumatori all'interno del progetto “Trasparenza semplice”.

“Iniziativa – ha detto Torriero –, che naturalmente hanno bisogno di continuo monitoraggio e implementazioni per essere adeguate all'evoluzione del mercato... La crisi pandemica, l'accelerazione della digitalizzazione e **l'accentuarsi delle modalità di contatto a distanza** con la clientela hanno avuto come conseguenza/accompagnamento anche una semplificazione, via decretazione di urgenza, delle modalità di sottoscrizione dei contratti bancari”. “Tale semplificazione” – ha aggiunto Torriero – “ha una durata provvisoria ma l'esperienza di questi mesi ha fatto emergere una esigenza strutturale di semplificazione e nello stesso tempo ha permesso di mettere a fuoco gli ambiti su cui intervenire: il perimetro applicativo, l'efficacia probatoria, la connessione con la documentazione correlata, il coordinamento con le altre normative”.

La voce degli operatori assicurativi, rappresentata da Fabio Carniol, General Manager di Helvetia Italia e Helvetia Vita, ha posto l'accento sul fatto che “semplicità e chiarezza stanno diventando un fattore critico di successo in un mercato in cui la digitalizzazione sta cambiando le aspettative e le priorità dei clienti e in cui la normativa impone alle compagnie di assicurazione di disegnare e offrire prodotti coerenti con le esigenze dei diversi segmenti di clientela. Carniol ha, inoltre, sottolineato che “chiarezza e semplicità **sono fonti di vantaggio competitivo**, perché preservano il rapporto fiduciario con il distributore e il suo cliente. Diventano imprescindibili nella vendita diretta tramite canali digitali in cui il cliente deve avere una piena consapevolezza del perimetro della copertura che ha acquistato”.

Conviene su questa linea di pensiero Domenico Siclari per il quale “occorre mettere a frutto tutte le nuove potenzialità del digitale in modo proporzionato alle capacità e alle esigenze del cliente, riconoscendo come la progressiva semplificazione e chiarezza dei contratti assicurativi possa divenire, in definitiva, una fonte di vantaggio competitivo per le compagnie, contribuendo anche a ridurre la conflittualità successiva tra intermediari e clientela”. Emerge, pertanto, dall'insieme di queste testimonianze un approccio non dettato da un ottimismo di maniera, ma da una sana e costruttiva volontà competitiva di misurarsi con le nuove sfide del mercato assicurativo. Un paradigma, che, se sarà accompagnato da un eguale sentiment complessivo dei Regulators, delle Associazioni di Categoria degli intermediari e dei consumatori, contribuirà a fare del mercato assicurativo italiano un modello di efficienza e di trasparenza, stimolando non solo **la crescita culturale finanziaria del Paese** (aspetto critico evocato anche da Carniol), ma soprattutto quella, non meno importante, socio economica.

Publicato in: [Risparmio](#)

Tag: [Assicurazioni](#), [Consumatori](#), [Contratti](#), [UltimaColonnaDX](#)



Filippo Cucuccio

Dopo la laurea in Giurisprudenza, conseguita a pieni voti nel 1970 presso la Sapienza di Roma con una tesi innovativa sul modello del costo del capitale di Modigliani - Miller, Filippo Cucuccio entra nel Gruppo Banca Nazionale del Lavoro (BNL)