

DISCIPLINA E CASISTICHE DELLA VENDITA A DISTANZA

di GIACOMO CORVI

LA NORMATIVA DI BASE LASCIA APERTI MOLTI QUESITI. MICHELE LANGUINO DI SNA HA ILLUSTRATO PUNTI CRITICI DI LEGGI E REGOLAMENTI, EVIDENZIANDO LA NECESSITÀ DI UN'INTERPRETAZIONE UNIVOCA DI UNA PRATICA, DIVENUTA SEMPRE PIÙ DIFFUSA “GRAZIE” AL LOCKDOWN

Chiamati per Dpcm a proseguire le attività, ma impossibilitati a farlo in prossimità fisica, gli intermediari hanno valorizzato quella che in passato era vista come una semplice opportunità di business, e che con il coronavirus è diventata una necessità operativa.

Il tema della vendita a distanza riserva però ancora qualche problema. In particolare, come ha illustrato **Michele Languino**, presidente provinciale Sna, la disciplina non risulta chiara prestandosi a interpretazioni che possono comportare oneri aggiuntivi per gli intermediari. “Il *Codice del consumo* definisce contratto a distanza qualsiasi contratto concluso in un regime organizzato di vendita o prestazione a distanza, senza che vi sia la presenza fisica e simultanea delle parti, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza”, ha esordito nel suo intervento (il cui video integrale è disponibile sul sito www.insurancetrade.it).

OBBLIGHI E CRITICITÀ

La normativa, ha rimarcato a più riprese Languino prevede oneri aggiuntivi per la vendita a distanza. “Il recente Provvedimento n. 97 dell'Ivass – ha spiegato – imporrà per esempio l'obbligo di registrare e conservare le conversazioni con il cliente che portano alla sottoscrizione di un contratto assicurativo”. Ecco perché è cruciale per gli intermediari stabilire con certezza quando si è in presenza di vendita a distanza. Languino ha posto l'attenzione sul concetto di “sistema organizzato di vendita a distanza”, necessario a fini normativi perché si possano applicare le regole specifiche. “Stiamo parlando di un insieme di mezzi e strumenti finalizzati esclusivamente all'esercizio di questa pratica, come un call center o un sito web: nel caso di un rinnovo della polizza fatto tramite telefono o e-mail – ha affermato – non si può, a nostro parere,



Michele Languino, presidente provinciale Sna

parlare di vendita a distanza, proprio perché manca quel sistema organizzato previsto dalla normativa”. Le consuete modalità di conclusione del contratto non sarebbero frutto di una attività promozionale dell'agente, ma volte unicamente a rispondere alla occasionale esigenza di singoli clienti di perfezionare o rinnovare le coperture assicurative.

Altro aspetto controverso riguarda la previsione che la vendita deve avvenire *interamente* a distanza: riferire il termine dalla singola trattativa piuttosto che all'organizzazione in generale ha effetti differenti per gli intermediari, sempre riguardo all'applicabilità delle norme specifiche.

A CONFRONTO CON LE COMPAGNIE

Sna ha chiesto un confronto diretto a Ivass. Del tema, sotto ulteriori profili, se ne parlerà anche in sede di rinnovo Ana. “L'accordo ancora in vigore prevede il divieto di costituire un'organizzazione di lavoro o di avvalersi di produttori che operino al di fuori della zona di agenzia. La vendita a distanza – ha concluso – è per sua natura rivolta a un pubblico indiscriminato che non può essere racchiuso in confini prestabiliti. 1