

LA CULTURA *del* CONTROLLO nella DISTRIBUZIONE

L'attività di verifica da parte dei distributori assicurativi avviene ancora spesso in maniera manuale, anche se l'attuale complessità richiederebbe controlli di secondo livello, come suggerito da Eiopa. Si tratta di un processo fondamentale che non può più prescindere dalla tecnologia

di **ERIK HAXHO**,
studio legale D'Argenio, Polizzi e Associati

È innegabile come il periodo pandemico abbia dato una forte spinta verso la digitalizzazione dei rapporti con la clientela e la informatizzazione dei processi di distribuzione nel mercato assicurativo.

Quello che tuttavia emerge dalle esperienze in tema di vigilanza e monitoraggio delle reti distributive è che non sempre risulta nel mondo della distribuzione assicurativa piena consapevolezza di una vera e propria cultura del controllo interno e, cioè, un'attenta, concreta (non formale) e incisiva valutazione dei rischi, operativi e di conformità, relativi a una distribuzione non rispondente al *best interest* del cliente. Tale lacuna sembrerebbe andare di pari passo con un'insufficiente evoluzione tecnologica, riscontrata

abbastanza sovente, dei sistemi di controllo delle attività distributive.

In altri termini, le verifiche effettuate dai distributori sulla correttezza della propria distribuzione si basano ancora, da un punto di vista procedurale, su operazioni manuali e di tradizionale *back office* mentre, sotto il profilo dei contenuti, si limitano a constatare la formale presenza dei documenti e delle informazioni richieste dalla normativa, necessarie per l'attivazione della copertura o per l'invio della proposta alle compagnie. Tali verifiche raramente entrano nel merito di un controllo di congruenza, conformità e coerenza delle informazioni acquisite dalla clientela e raccolte nella documentazione distributiva.

In questo contesto, l'aspettativa dell'autorità di vigilanza è che anche i distributori nell'ambito dei controlli di linea o "di primo livello" effettuino verifiche sulla distribuzione che, per estensione e profondità, siano idonee a intercettare fenomeni di cattiva vendita (*mis-selling*) in maniera tempestiva e, auspicabilmente, prima che il contratto assicurativo sia stipulato.

Un ulteriore dato che emerge dall'esperienza di vigilanza ed evidenziato, tra l'altro, da **Eiopa** nel documento dell'ottobre 2020 *Eiopa's approach to the supervision of product oversight and governance*, è la necessità, anche per i distributori più strutturati, oltre che

per le compagnie, di dotarsi di sistemi di controllo "di secondo livello" (*compliance e risk*).

Necessarie verifiche qualitative oltre che formali

A tale riguardo Eiopa, con specifico riferimento ai presidi in materia di governo e controllo del prodotto (Pog), ricorda ai distributori di dotarsi di adeguati sistemi di controllo per garantire che la strategia di distribuzione scelta sia coerente con il *target market* e con la strategia di distribuzione del produttore. Il sistema di controlli interno varia in base alla dimensione del distributore e, in-



fatti, Eiopa ricorda che, per i distributori meno grandi, l'alta direzione è direttamente coinvolta nelle attività di controllo; per i distributori più grandi, è necessario altresì il coinvolgimento della funzione di compliance e del servizio legale interno (ove esistente).

Calato nella realtà italiana, tale principio si traduce nella necessità di attribuire all'organo amministrativo della società di distribuzione gli atti decisionali che scaturiscono dalle attività di controllo effettuate nei periodi di riferimento e, soprattutto, di affidare al responsabile dell'attività di distribuzione, vale a dire il soggetto individuato ai sensi dell'articolo 2, comma 1, let. qq) del Regolamento **Ivass** 40/2018, funzioni di controllo dell'attività distributiva, con correlate responsabilità, in caso di omesso o insufficiente controllo sulla distribuzione.

In concreto, i distributori non solo devono dotarsi di politiche e procedure che definiscano idonei

sistemi di controllo dei processi distributivi, ma devono assicurare altresì che i principi e le regole operative contenuti in tali documenti si traducano in effettivi piani e attività di controllo adottati su iniziativa del distributore e in una prospettiva "nel continuo". In particolare, i controlli "di primo livello" dovranno consistere, oltre alle mere verifiche amministrative di regolarità della documentazione, anche nei controlli di coerenza delle informazioni raccolte, rilevando eventuali contraddizioni rispetto ai dati rilasciati, sulla base di criteri predefiniti nelle procedure interne.

In via esemplificativa e non esaustiva, sarebbe opportuno che:

- all'interno dei questionari di valutazione delle richieste ed esigenze, le informazioni ivi contenute siano realmente coerenti con il prodotto offerto e le risposte fornite dal cliente non siano incompatibili con la natura e le

caratteristiche del prodotto stesso;

- con riferimento i prodotti Ibips, le informazioni raccolte nei questionari di adeguatezza sugli obiettivi di investimento, conoscenze ed esperienze, tolleranza al rischio e capacità di sostenere perdite, siano in linea con il prodotto e la *asset allocation* raccomandata;
- il cliente apparten-ga al target market di riferimento.

Molte opportunità per migliorare i processi

In sostanza, i controlli "di secondo livello" o "di conformità" devono portare a rilevare eventuali difformità della distribuzione e della condotta dei distributori rispetto alla normativa di settore e alle politiche e procedure interne, segnalando eventuali criticità o anomalie all'organo amministrativo, affinché quest'ultimo ponga in essere le necessarie misure di rimedio, anche per mezzo di un flusso informativo "di ritorno" con le compagnie.

Per poter svolgere in maniera efficace gli adempimenti appena descritti risulta più che opportuno dotarsi di procedure automatizzate, anche attraverso l'utilizzo di tool informatici, per la gestione e il monitoraggio delle attività distributive. In particolar modo, i processi di valutazione della coerenza dei prodotti e di

profilazione del cliente dovranno presentare dei sistemi di blocco informatico, che precludano il collocamento di un prodotto in caso di non coerenza dello stesso rispetto al profilo del cliente e finalizzati a evitare vendite al target market negativo. In questo contesto, è indispensabile avviare seri processi di automazione dei gestionali che siano basati su specifici algoritmi, che in base alle risposte e alle informazioni fornite dai clienti individuino i prodotti coerenti e adeguati al profilo del cliente. In questo senso e con specifico riferimento ai prodotti vita di investimento, tali algoritmi devono essere impostati anche in un'ottica di corretto giudizio di equivalenza tra prodotti simili in termini di costi e complessità.

Ulteriore aspetto che, se si vuole, costituisce diretto corollario della necessità di intraprendere misure di controllo e monitoraggio della distribuzione è che di tutte le attività svolte sia data adeguata evidenza, mediante la formalizzazione dei processi e la verbalizzazione dei controlli effettuati e delle misure intraprese. Anche qui, la necessità per i distributori è quella di superare un approccio più tradizionale, basato sulla carta o sull'utilizzo della corrispondenza via e-mail, e prevedere sistemi di gestione della documentazione, dei dati e della reportistica tramite sistemi informatici evoluti.