

## PRIMO PIANO

### Rc auto, i numeri del 2021

Più veicoli assicurati, ma anche premi più bassi. È l'immagine, in estrema sintesi, che emerge dal bollettino statistico pubblicato oggi dall'Ivass sull'andamento del business Rc auto in Italia nel 2021. L'istituto di vigilanza evidenzia innanzitutto che lo scorso anno si contavano coperture assicurative su 43,1 milioni di veicoli, dato in crescita dell'1,9% rispetto ai livelli raggiunti nel 2020. I premi complessivi versati per le autovetture ammontavano a oltre 9,8 miliardi di euro, numero a cui vanno poi aggiunti anche altri 700 milioni relativi all'ambito dei motocicli. Il premio medio, come già accennato, è risultato in discesa del 4,2% su base annua, attestandosi a quota 306 euro. Il trend ha riguardato tutti i modelli di veicolo: -4,7% per le autovetture (301 euro), -4,5% per i motocicli (208 euro), -3,8% per gli autocarri (507 euro) e -2,3% per i ciclomotori (153 euro). L'Ivass sottolinea poi "un'ampia e diffusa profittabilità in termini di margini tecnici" per il settore delle autovetture: il margine tecnico per polizza si è attestato a 68 euro, registrando margini mediamente positivi nella quasi totalità delle province italiane e scivolando in territorio negativo solo a Caltanissetta (-30 euro). Diverso il bilancio per i motocicli: il margine tecnico complessivo è qui pari a -38 milioni di euro, cosa che si traduce in un margine negativo per polizza per 11 euro.

G.C.

## IL PUNTO SU...

### Mystery shopping: ambiti e modalità di azione

**Gli otto articoli del regolamento 53 di Ivass esplicitano le modalità in cui sarà possibile per l'autorità agire come acquirente in incognito di prodotti assicurativi, a tutela del consumatore privato**

#### SECONDA PARTE

Dopo aver inquadrato a livello generale l'attività di mystery shopping e il relativo fondamento giuridico (articolo pubblicato il 14 ottobre scorso con il titolo *Il nuovo regolamento sul Mystery shopping*, sempre su *Insurance Daily*), possiamo ora esaminare nel dettaglio il contenuto del Regolamento 53 dell'Ivass che, come in precedenza osservato, si compone di soli 8 articoli.

Il primo articolo del testo pubblicato riguarda le fonti normative sulla base delle quali lo stesso è stato adottato. Oltre all'art. 144bis, comma 2, del Codice del Consumo – disposizione che attribuisce il potere di mystery shopping a Ivass, quale autorità competente per la tutela degli interessi dei consumatori per il settore assicurativo (cfr. Relazione al Regolamento) – vengono richiamati, per quanto di interesse, gli articoli del Codice delle Assicurazioni relativi ai principi, finalità, poteri di indagine e speculari obblighi di informativa in relazione all'attività di vigilanza dell'Istituto (3, 3bis, 189 e 190).

Il delicato rapporto tra svolgimento di attività di indagine di mystery shopping e potere di vigilanza ispettiva dell'istituto, aspetto sul quale vari partecipanti alla pubblica consultazione hanno manifestato le proprie perplessità, verrà tuttavia affrontato nella terza pubblicazione dedicata al Regolamento 53 dell'Ivass, in quanto meritevole di autonoma trattazione.

#### INDAGINE LIMITATA ALLE INFRAZIONI VERSO LE PERSONE FISICHE

Procediamo ora con l'esame dell'ambito oggettivo (art. 2) e soggettivo (art. 3) di applicazione del Regolamento, per poi soffermarci sulle modalità di svolgimento di tale attività (artt. 4-7).

Quanto al perimetro oggettivo del potere di indagine concesso a Ivass che, come più volte confermato in sede di pubblica consultazione, discende dalle previsioni legislative primarie, si osserva come possa essere esclusivamente utilizzato per valutare le possibili infrazioni lesive degli interessi collettivi dei consumatori. Con la conseguenza che l'attività di mystery shopping dovrà essere orientata "ai servizi e prodotti assicurativi che comprendano le persone fisiche" escludendo quelli "offerta esclusivamente alle persone giuridiche" (esiti nn. 5, 6, 12, 18). A seguito delle numerose richieste di chiarimento ricevute, nella versione finale del testo regolamentare (art.2 lett. b) è stato aggiunto il riferimento esplicito ai consumatori.

(continua a pag. 2)



© MichaelJoyBerlin - envato

(continua da pag. 1)

Va, altresì, detto che l'attività di indagine non potrebbe estendersi agli interessi individuali dei consumatori.

Tale attività, per espressa definizione (art. 2 lett. b), consisterà in "attività condotte in incognito da o su incarico conferito dall'Ivass a un incaricato esterno nell'ambito e a supporto dell'esercizio delle funzioni di vigilanza, dirette all'acquisto o al compimento di atti prodromici all'acquisto di prodotti e servizi assicurativi rivolti ai consumatori, anche per il tramite di canali online/telematici (mystery surfing)". Sarà dunque oggetto di indagine anche la fase precontrattuale.

#### UN POTERE DISCREZIONALE CHE È STATO CRITICATO

La definizione è volutamente generica, in quanto solo nell'atto di conferimento *ad hoc* dell'incarico l'autorità di vigilanza definirà ambito e ampiezza del potere di indagine. La scelta del regolatore, volta a non definire con la stessa granularità con cui sono stati definiti i requisiti e i poteri dell'incaricato esterno le fasi del mystery shopping, è stata criticata in sede di pubblica consultazione dalle associazioni rappresentative di imprese e intermediari. E invero il testo normativo, a detta degli istanti, sembra essere eccessivamente generico, lasciando all'istituto ampio potere discrezionale sulle attività ascrivibili al mystery shopping. Di contro, Ivass ha ribadito come la normativa primaria di stampo europeo (regolamento Cpc) sia già esplicita sul punto (cfr. esito n. 2). I soggetti destinatari del *mystery shopping* sono le imprese italiane, ma anche quelle abilitate a operare sul territorio nazionale in regime di libero stabilimento e di libera prestazione di servizi. Analogo ragionamento vale per gli intermediari (art. 3, comma 1, lett. a-d). Altresì, rientrano nell'ambito soggettivo di applicazione del Regolamento "i soggetti enti o organizzazioni che in qualunque forma svolgono funzioni parzialmente comprese nel ciclo operativo delle imprese di assicurazione limitatamente ai profili di assicurazione" ex art. 6, comma 1, lett. c) del Cap. A richiesta delle associazioni degli stakeholder di precisare, anche mediante qualche esempio, se ci si riferisse a quei soggetti non iscritti al Rui come i call center che svolgono attività distributiva o a ulteriori figure, l'istituto ha risposto limitandosi a rinviare alla norma del Cap (cfr. esiti nn. 22 e 23).

#### LE CARATTERISTICHE DELL'INCARICATO

Passando ora alle modalità di svolgimento del *mystery shopping*, abbiamo visto come la definizione dell'art. 2 lett. b faccia riferimento ad attività condotte in incognito "da o su incarico conferito dall'Ivass ad un incaricato esterno" definito come "soggetto al quale l'Ivass può affidare l'incarico per lo svolgimento dell'attività di *mystery shopping* ai sensi dell'art. 4, comma 1 e nel rispetto di quanto indicato all'articolo 6 del presente Regolamento". (continua a pag. 3)



**18:30 - 23:30**  
**East End Studios**  
**Via Mecenate, 88/A • Milano**

**Un grande evento presentato da**  
**Giorgia Rossi, giornalista e conduttrice tv**

**Le premiazioni verranno trasmesse**  
**in diretta su INSURANCE CONNECT TV**



(continua da pag. 2)

L'incaricato esterno cui viene conferito lo specifico incarico, nel quale, come detto, saranno declinati finalità, perimetro oggettivo e soggettivo dell'attività richiesta (art. 4, comma 2), è soggetto cui sono richiesti requisiti di professionalità, esperienza e indipendenza (art. 5) e a cui sono attribuiti compiti predeterminati (art. 6).

Dalla pubblica consultazione emerge come tale figura debba possedere un'adeguata organizzazione di beni e persone (così si è espresso Ivass a seguito di richiesta di alcuni partecipanti alla pubblica consultazione di specificare se l'incaricato esterno potesse essere sia una persona fisica che giuridica - cfr. esiti nn. 16 e 17).

Quanto alla richiesta di maggior dettaglio circa la genericità del requisito di professionalità richiesto all'incaricato esterno, l'Istituto ha precisato che tale requisito "è declinato con riferimento all'esperienza, all'organizzazione e alle competenze tecniche dell'incaricato esterno che saranno valutate dall'Istituto in conformità alla normativa vigente e in coerenza con gli obiettivi e le finalità da perseguire" (cfr. esiti nn. 31,32,33, 34,35, 39, 40).

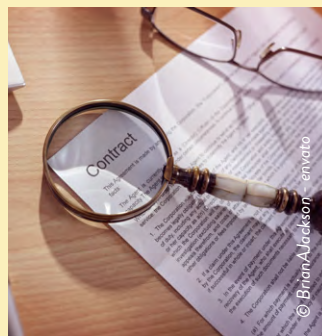
Il requisito di indipendenza è declinato all'art. 5, comma 3, del Regolamento come assenza di coinvolgimento nel processo decisionale e di relazioni stabili e continue con il soggetto sottoposto a indagine (il riferimento è ad esempio a società di consulenza che possono aver svolto attività proprio nei confronti di un'impresa o un intermediario, cfr. esito 36). Per maggiore chiarezza, nella versione definitiva del Regolamento, è stata espunta l'espressione "di giudizio", dal momento che risultava già chiaro che per indipendenza dovesse intendersi "assenza di condizionamenti" (cfr. esito n. 43).

Emerge dunque come l'incaricato esterno debba essere soggetto organizzato, in termini di mezzi, persone e beni, tecnicamente competente e indipendente nel senso di soggetto privo di legami di qualsiasi genere con il destinatario dell'attività.

## LA SELEZIONE DEL MISTERY SHOPPER

L'incaricato esterno, per svolgere le proprie indagini, può avvalersi ai sensi di quanto previsto dall'art. 6, comma, 2 dei cd. *mystery shopper*, esecutori materiali del *mystery shopping* (art. 2, lett. c). Il *mystery shopper* è a sua volta soggetto che opera nella veste di consumatore, per il quale non è richiesta una formazione specifica in materia assicurativa (esito n. 41). Ciò non esonera l'incaricato dal predisporre adeguate procedure per il reclutamento e la formazione degli *shopper* e per l'affidamento del rispettivo incarico (cfr. esiti 55, 56). A mero titolo di esempio, l'incaricato esterno è tenuto al compimento di tutti gli atti necessari ad assicurare il rispetto del requisito di indipendenza nello svolgimento dell'incarico (esito n. 58) e a fornire le informazioni sui prodotti assicurativi e usualmente nella disponibilità dei consumatori. Ciò in forza del fatto che il soggetto responsabile resta sempre e

comunque l'incaricato esterno (art. 6, comma 2). Proprio per tale motivo, nel testo del Regolamento pubblicato la definizione di incaricato esterno contiene l'esplicito riferimento al suddetto art. 6 (cfr. esito n. 15). Interessante osservare come ci si sia interrogati sulla sorte dei contratti stipulati dai *mystery shopper*, dal momento che l'art. 9, comma 3 del Reg Ue Cpc richiamato dall'art. 144bis, comma 2, Codice del consumo, introduce la possibilità di acquistare beni o servizi facendo acquisti a campione. Ivass ha chiarito che "saranno gestiti in conformità con le previsioni normative e contrattuali applicabili" (esito n. 30). Il riferimento è, ad esempio, al diritto di recesso (art. 177 Cap e 67 duodecies Codice del consumo) che però ha un termine entro cui poter essere esercitato.



## SULLO SFONDO LE NORME SOVRANAZIONALI

Resta inteso come l'incaricato esterno dovrà svolgere l'attività con la diligenza professionale richiestagli; definire la metodologia per espletare il compito affidatogli anche tramite l'uso di questionari, essere in grado di fornire a Ivass nei tempi e con le modalità prestabilite nell'incarico le risultanze delle attività svolta (art. 6).

Infine va precisato come l'attività svolta dall'incaricato esterno non sia a titolo gratuito ma onerosa, e il corrispettivo non possa essere legato all'esito delle verifiche effettuate (art. 7). Ciò a presidio della qualità e dell'affidabilità del lavoro svolto.

Dall'esame degli articoli del Regolamento emerge da un lato un'attenzione per il dettaglio nel descrivere requisiti e compiti dell'incaricato esterno e dall'altro un rinvio generico alle norme sovranazionali per l'articolazione delle fasi del *mystery shopping*. Quest'ultimo aspetto è strettamente connesso alla finalità dell'attività di *mystery shopping* e al suo rapporto con il potere di vigilanza ispettiva dell'Istituto.

Tema questo, come anticipato, che per delicatezza e importanza richiede un'ultima e autonoma disamina che sarà oggetto di ulteriore pubblicazione.

Francesca Colombo,  
Studio THMR



(Per la prima parte dell'articolo si rimanda a *Insurance Daily* n. 2240 del 14 ottobre 2022)



## CARRIERE

### Laura Eschricht entra in wefox

Ricoprirà il ruolo di chief marketing officer dopo una carriera in aziende internazionali come Zalando



Laura Eschricht (nella foto) entra nel team di wefox per ricoprire l'incarico di chief marketing officer. Eschricht fa il proprio ingresso nell'insurtech dopo una lunga esperienza in aziende internazionali specializzate in business B2B e B2C come Zalando.

"Sono entusiasta di entrare a far parte di wefox e di dare un contributo alla rivoluzione assicurativa: il mio obiettivo è rendere wefox insurance un prodotto veramente globale, aiutando a prevenire i rischi e proteggendo sempre più persone in tutto il mondo", ha commentato in una nota. "Il settore assicurativo è pronto per una trasformazione digitale, come wefox ha già dimostrato, e voglio – ha aggiunto – che wefox sia riconosciuto come il partner più affidabile per i broker e che diventi sempre più un nome familiare nel settore assicurativo globale, sinonimo di competenza, fiducia e semplicità per chi si affida a noi".

"È un vero piacere dare il benvenuto a Laura nel team di wefox come chief marketing officer", ha affermato Julian Teicke, ceo e fondatore di wefox. "Si unisce a noi in un entusiasmante momento di costante e rapida crescita, con lo scopo ultimo di proteggere sempre più persone: non ho dubbi – ha proseguito – che la sua vasta competenza ed esperienza, insieme alla sua passione ed energia, ci aiuteranno a raggiungere nuovi mercati, implementare nuove tecnologie e continuare a proporre un'assicurazione adatta alle necessità della vita di oggi".

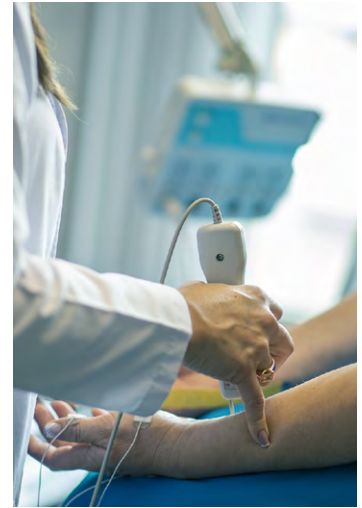
Giacomo Corvi

## COMPAGNIE

### Intesa Sanpaolo Rbm Salute, accordo con Pmi Salute

Sottoscritto l'accordo per la gestione dei servizi sanitari del fondo integrativo nel biennio compreso fra 2023 e 2025

Pmi Salute, progetto di assistenza sanitaria integrativa dedicato alle piccole e medie imprese del settore metalmeccanico, ha sottoscritto un accordo con Intesa Sanpaolo Rbm Salute per la gestione dei servizi sanitari del fondo nel biennio 2023-25. Con questo accordo, si legge in una nota stampa, "il fondo rinnova la collaborazione con una compagnia leader nel settore dell'assicurazione sanitaria in Italia, insieme alla quale negli ultimi due anni ha visto incrementare le iscrizioni e le prestazioni richieste ed effettuate dai lavoratori".



"Con soddisfazione continuiamo questo percorso insieme ad Intesa Sanpaolo Rbm Salute", ha commentato Emanuele Fantini, presidente di Pmi Salute. "Abbiamo fatto del nostro meglio per offrire ai nostri iscritti un nuovo piano sanitario su misura, sempre più rispondente alle loro esigenze: in questi anni – ha aggiunto – il fondo ha raccolto e accolto le richieste dei lavoratori, trasformandole in garanzie sanitarie volte in primis alla prevenzione della salute dei nostri aderenti".

Il fondo, nell'annunciare l'accordo, ha ricordato alcune iniziative adottate a supporto degli iscritti, fra cui anche il rimborso delle spese per la somministrazione del vaccino antinfluenzale, e anticipato che "dalla prossima annualità gestirà in forma diretta due garanzie: la procreazione medicalmente assistita (Pma) e la long term care (Ltc) in ambito di disabilità e non autosufficienza".

G.C.

#### Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 E-mail: [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 25 novembre di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577