

L'IVASS LANCIA "MYSTERY SHOPPING"

Operazione di controllo in incognito nei confronti degli operatori di mercato (Banche comprese!)

L'IVASS (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni) ha deciso di avviare una serie di indagini nei confronti dei vari operatori del mercato per verificare le modalità con le quali vengono vendute le polizze assicurative, e per farlo è ricorso al metodo degli acquisti in incognito (*mystery shopping*).

Alcune persone specializzate in questa attività ("*mystery shopper*") si recheranno in filiale fingendosi dei semplici utenti interessati alla sottoscrizione di prodotti assicurativi, avendo così modo di accertare "sul campo" se sono rispettate tutte le normative che disciplinano la materia e che sono perlopiù poste a tutela della clientela.

Tale metodologia, già utilizzata in passato dalle aziende per studiare la propria rete di vendita, sarà usata dall'IVASS per accertare il corretto rispetto della normativa posta a tutela della clientela.

Per essere più chiari: l'IVASS, attraverso queste indagini, vuole verificare la condotta di mercato tenuta dagli intermediari nei confronti degli assicurati, per poter eventualmente intervenire nel caso in cui riscontrasse anomalie (pratiche scorrette).

Spetta all'IVASS, infatti, garantire l'adeguata protezione degli assicurati, perseguendo la sana e prudente gestione delle imprese di assicurazione, nonché la trasparenza e correttezza nei confronti della clientela.

Le visite "in incognito" potranno interessare, oltre alle agenzie assicurative e gli sportelli postali, anche –direttamente- le **filiali bancarie presenti sull'intero territorio italiano**. Il controllo riguarderà anche l'attività di vendita "On Line" che negli ultimi anni ha assunto un ruolo sempre più strategico nell'attività commerciale portata avanti dalle aziende del settore.

È considerata una pratica scorretta, ad esempio, **e quindi vietata**, quella di **indurre i consumatori "ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso"**, limitando la loro libertà di scelta mediante un "indebito condizionamento".

È opportuno ricordare che, solo qualche anno fa, Intesa Sanpaolo ha subito una sanzione di 4,8 milioni di euro (500.000 euro erano dovuti all'aggravante di essere recidiva), per aver esercitato sui consumatori un'indebita pressione, tale da non consentire loro di poter scegliere liberamente polizze di terzi e non della Banca stessa.

In seguito a tale vicenda l'azienda diffuse una specifica comunicazione per chiarire alcuni importanti aspetti, che sono già stati oggetto di un nostro precedente comunicato e che qui nuovamente riportiamo:

- **Sono vietate le richieste di rendicontazione delle vendite dei colleghi di rete, L'Unico monitoraggio consentito e quello messo a disposizione dalla Direzione Pianificazione e Controllo di gestione nella intranet aziendale sul portale dedicato;**
- **Sono vietate le azioni commerciali autonome e deve essere osservato il modello di servizio adottato dalla banca nella vendita delle polizze;**
- **Non devono essere previste agevolazioni sul prodotto mutuo in caso di abbinamento delle polizze.**

Inoltre è stato chiarito che **il ruolo dello specialista di protezione è esclusivamente quello di supportare la rete di vendita nella diffusione di competenze qualificate e specializzate sulle tematiche assicurative** e non deve essere visto come uno strumento per esercitare ulteriori pressioni commerciali, come invece dichiarato da qualche Direttore Regionale.

Insomma: massima attenzione da parte del Gruppo sulle vendite dei prodotti assicurativi!

Solo lo scorso anno, ad esempio, al fine di prevenire indebite pressioni sui clienti, è stato predisposto un blocco temporale di 3 giorni sulle c.d. "polizze decorrelate", quelle che non hanno alcun collegamento "funzionale" con il finanziamento richiesto e per questo motivo non vendibili contestualmente.

Peccato però che, come appurato solo poco tempo dopo, tale blocco -posto a tutela della stessa clientela- possa essere facilmente aggirato attraverso lo strumento dell'Offerta a Distanza (OAD), che permetterebbe la vendita (vietata in circostanze diverse):

Chissà cosa ne penserà "MYSTERY SHOPPER" quando lo scoprirà!

Milano, 21.4.2021

UNISIN GRUPPO INTESA SANPAOLO