

# ISVAP

Istituto per la vigilanza  
sulle assicurazioni private  
e di interesse collettivo

Roma 4 giugno 2004

Prot. n. 418028 Allegati 1

Alle Imprese di assicurazione  
e riassicurazione  
LORO SEDI

Alle Rappresentanze Generali  
per l'Italia delle Imprese  
estere di assicurazione e  
riassicurazione  
LORO SEDI

e, p.c. Alla Presidenza del Consiglio  
dei Ministri - Dipartimento  
Affari Giuridici e Legislativi  
Piazza Colonna, 370  
00187 ROMA

Al Ministero delle Attività  
Produttive  
Gabinetto del Ministro  
Via Molise, 2  
00187 ROMA

Al Consiglio Nazionale dei  
Consumatori e degli Utenti  
C/o Ministero delle  
Attività Produttive  
Via Molise, 2  
00187 ROMA

All'Associazione Nazionale  
fra le Imprese Assicuratrici  
Via della Frezza, 70  
00187 ROMA

Oggetto: Circolare n. 533/D in materia di distribuzione di polizze di assicurazione, incasso dei premi e pubblicità dei prodotti assicurativi.

# ISVAP

Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private e di interesse collettivo

---

Si rende noto che l'Istituto ha emanato la Circolare n. 533/D del 4 giugno 2004 con la quale si stabiliscono regole di indirizzo cui le imprese di assicurazione ed i relativi intermediari abilitati devono attenersi nella distribuzione di polizze di assicurazione.

Con l'atto in oggetto si introducono, nella distribuzione e nella intermediazione assicurativa, regole di correttezza e cautele a favore degli assicurati anche in ordine al pagamento dei premi, adempimenti per le imprese in ordine alla formazione professionale dei soggetti incaricati della commercializzazione delle polizze, principi generali ai quali ispirarsi per la pubblicità delle garanzie assicurative, sia nel settore delle assicurazioni sulla vita che in quello dell'assicurazione contro i danni.

L'allegato testo della circolare è comunque disponibile sul sito internet **[www.isvap.it](http://www.isvap.it)**.

Il Presidente  
(Giancarlo Giannini)

## **CIRCOLARE N. 533/D del 4 giugno 2004**

**Oggetto: Distribuzione di polizze di assicurazione. Incasso dei premi. Pubblicità dei prodotti assicurativi.**

### **Premessa**

1. Con la presente circolare, emanata ai sensi dell'art. 4, comma 1, lett.c-bis della legge 12 agosto 1982, n. 576, si stabiliscono specifiche disposizioni sui doveri di correttezza e diligenza nella distribuzione e nella intermediazione delle polizze di assicurazione, da osservarsi da parte sia delle imprese, sia degli intermediari abilitati. Si dispongono inoltre regole di comportamento e specifiche cautele da osservare in occasione della pubblicità dei prodotti assicurativi.
2. Gli intermediari abilitati, nelle more del recepimento della Direttiva 2002/92/CE del 9 dicembre 2002, si attengono nella distribuzione di polizze di assicurazione ai principi di seguito indicati, in aggiunta agli altri specificamente stabiliti con precedenti circolari dell'Istituto.

## **PARTE I**

### **DISTRIBUZIONE ED INTERMEDIAZIONE ASSICURATIVA**

#### **Articolo 1 - Doveri nella distribuzione ed intermediazione di polizze**

**(1.)** (Articolo abrogato dal Regolamento ISVAP n. 5/06 dal 01/01/07)

#### **Articolo 2 - Formazione e controllo delle reti commerciali**

**(1.)** (Comma abrogato dal Regolamento ISVAP n. 5/06 dal 01/01/07)

**(2.)** (Comma abrogato dal Regolamento ISVAP n. 5/06 dal 01/01/07)

3. Le iniziative attuate e le verifiche sull'adeguatezza della formazione e sull'osservanza delle regole di correttezza, trasparenza e professionalità devono risultare da un rapporto annuale trasmesso dall'unità organizzativa a ciò delegata al responsabile dell'internal auditing il quale la sottopone, con eventuali osservazioni di merito, agli organi amministrativi della società che lo inoltrano all'ISVAP entro sessanta giorni dalla fine dell'anno solare.

## **Articolo 3 - Informazioni sul sito internet**

1. Al fine di fornire adeguata e tempestiva informativa ai consumatori le imprese pubblicano nel proprio sito internet con riferimento alle polizze individuali a maggiore diffusione quali polizze vita, sanitarie (infortuni e malattia), assicurazioni relative alla casa (furto, incendio, responsabilità civile del capo famiglia) la seguente documentazione:
  - a) le condizioni di assicurazione e la nota informativa delle polizze, non appena disposta la relativa commercializzazione;
  - b) per le polizze vita, la valorizzazione delle quote del fondo (*unit linked*) e degli attivi (*index linked*) a cui sono collegate le prestazioni assicurate, con la medesima periodicità prevista nelle condizioni di polizza;
  - c) l'articolazione della propria rete distributiva, con la relativa localizzazione territoriale e l'indicazione nominativa degli agenti.
2. Il sito internet, a regime, è aggiornato tempestivamente e fornisce immediata evidenza dei cambiamenti nel frattempo intervenuti.
3. Per la documentazione relativa ai prodotti già in commercio, le compagnie provvedono alla necessaria integrazione del sito entro 12 mesi dalla data di entrata in vigore della presente circolare.

## **Articolo 4 - Trasferimento di agenzia ed operazioni societarie straordinarie**

1. Nei casi di cessazione di agenzia o assegnazione di portafoglio ad un nuovo intermediario, le imprese ne forniscono agli assicurati tempestiva informativa.
- (2.) (Comma abrogato dal Regolamento ISVAP n. 14/08)
- (3.) (Comma abrogato dal Regolamento ISVAP n. 14/08)
4. Di tutte le informazioni predette deve essere data tempestiva notizia anche sul sito internet.

## **PARTE II**

### **INCASSO DEI PREMI**

## **Articolo 5 - Modalità di incasso dei premi**

- (5.) (Articolo abrogato dal Regolamento ISVAP n. 5/06 dal 01/01/07)

## PARTE III

### PUBBLICITÀ DEI PRODOTTI ASSICURATIVI

#### Articolo 6 - Caratteristiche generali

1. La pubblicità di prodotti assicurativi trasmessa attraverso mezzi di comunicazione tradizionali (depliant, stampa, radio, televisione), oppure diffusa tramite internet, e-mail e similari, è effettuata in modo da risultare ben distinguibile e chiaramente riconoscibile come tale rispetto ad ogni altra forma di comunicazione al cliente, nel rispetto dei principi determinati dal d. lgs. 25 febbraio 2000, n.67.
2. Nei messaggi pubblicitari sono indicate con chiarezza ed evidenza la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche della polizza.
3. Il messaggio pubblicitario deve essere costruito così da non ingenerare confusione sulle caratteristiche delle polizze, in modo che le prestazioni pubblicizzate corrispondano a quelle previste in polizza e che i loro contenuti siano conformi a quelli descritti nei documenti informativi distribuiti al cliente; devono altresì essere utilizzate forme espressive e caratteri tipografici chiari, ben visibili e leggibili.

#### Articolo 7 - Pubblicità delle polizze sulla vita

1. I messaggi pubblicitari riportano, con caratteri che consentano un'agevole lettura, la dizione: *"prima della sottoscrizione leggere la nota informativa e le condizioni di polizza"*. Tale indicazione viene riprodotta in video e/o in audio, in caso di utilizzazione di mezzi televisivi o radiofonici.
2. Le imprese utilizzano espressioni quali *"garanzia"*, *"garantito"*, o termini similari che comunque inducono a ritenere sussistente il diritto dell'assicurato ad una prestazione certa, con riferimento al capitale assicurato o ai rendimenti, solo se prestano direttamente le specifiche garanzie.

# ISVAP

Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni private e di interesse collettivo

---

3. Con riferimento alle polizze vita le cui prestazioni siano direttamente collegate al valore di un fondo, di un indice o di un altro valore di riferimento, il messaggio pubblicitario non deve contenere informazioni sulla conservazione del capitale e sui rendimenti futuri, a meno che non siano garantiti dalle imprese di assicurazione.
4. Con specifico riferimento alle polizze di assicurazione sulla vita *unit-linked*, le imprese, quando forniscono indicazioni sui rendimenti conseguiti in passato, inseriscono nel messaggio l'avvertenza che non esiste nessuna certezza di conseguire tali rendimenti anche nel futuro.

## **Articolo 8 - Pubblicità effettuata attraverso canali distributivi**

1. Le imprese vigilano sul rispetto delle disposizioni precedenti e sulla correttezza dei messaggi pubblicitari predisposti dagli agenti e dagli altri canali di distribuzione, che sono soggetti alla preventiva autorizzazione delle imprese medesime.

## **PARTE IV**

### **DISPOSIZIONI FINALI**

## **Articolo 9 - Entrata in vigore**

1. La presente circolare entra in vigore il 1° ottobre 2004.

Il Presidente  
(Giancarlo Giannini)