

Presentazione

Di Lucius Dürr, direttore ASA
Evento Conferenza stampa annuale ASA
Data 3 febbraio 2016
Luogo Zurigo, Hotel Marriott

Regolamentazione: cosa è necessario per una buona tutela dei consumatori?

Fa stato la versione orale.

Gentili signore, egregi signori

I consumatori sono il centro dell'economia. Quindi anche la loro tutela e la relativa regolamentazione è presente su più fronti: nel settore assicurativo non soltanto quando si tratta di allineare le richieste riguardanti il margine di capitale svizzero al livello europeo (al fine di offrire ai consumatori prezzi equi e anche un'ampia scelta di fornitori di servizio); non soltanto nella previdenza per la vecchiaia, che deve rimanere pagabile ed equa; ma anche nel caso della progressiva digitalizzazione, dove dubbi ed efficienza sono a confronto - parola chiave in questo caso: sfera privata e diritto a dimenticare. Le questioni della protezione dei dati e dei rischi informatici vanno chiarite nel dettaglio.

La situazione sui mercati, in particolare i bassi tassi d'interesse, e la progressiva digitalizzazione obbligano gli offerenti a nuovi modelli commerciali. In questo contesto, le persone estranee all'assicurazione e quindi gli intermediari soggetti a poche regolamentazioni creano accessi virtuali che non possono essere creati alla stessa velocità dalle aziende tradizionali. Per i clienti si aprono perciò nuove offerte e nuovi offerenti. Per loro diventa quindi ancora più complesso di quanto non lo sia già oggi trovare i prodotti adatti. Di conseguenza, aumenta la dipendenza dei clienti da informazioni semplici e trasparenti, ma anche da una consulenza seria.

In Svizzera i clienti assicurativi sono già ben tutelati - anche nel confronto con altri settori - dai rischi di insolvibilità e abuso non soltanto grazie alle leggi del ramo assicurativo, ma anche grazie alle iniziative spontanee del settore. Nella vostra documentazione trovate le misure prescritte dalla legge e quelle volontarie.

Continuare a tutelare i clienti con una regolamentazione affidabile

L'Istituto di Economia assicurativa dell'Università di San Gallo ha chiesto ai consumatori qual è il loro bisogno di tutelarsi. L'analisi ha confermato il buon livello di protezione. Tuttavia, i clienti desiderano un miglioramento delle informazioni: si sentono spesso messi a dura prova e non conoscono i loro diritti. La maggioranza degli assicurati desidera quindi informazioni precontrattuali in una lingua semplice e in una forma standard e quindi paragonabile. Un'altra maggioranza desidera una libera scelta nella durata del contratto. Anche queste esigenze possono essere disciplinate tramite la legislazione speciale. Non sono necessarie nuove leggi come quella sui servizi finanziari (LSF). Ciò è confermato, sempre secondo lo studio, anche dalla bassa disponibilità dei consumatori a pagare di più per una maggiore tutela. I progetti normativi devono perciò essere ben ponderati e sottoposti a un'analisi in termini di efficacia e costi nell'interesse di tutte le persone coinvolte.

In poche parole, gli assicuratori privati sostengono l'idea di riformare la tutela dei consumatori anche nel settore assicurativo. Vogliono tuttavia che questa protezione rimanga ancorata nella comprovata regolamentazione in materia di assicurazione. Infatti, una nuova legge significa più regolamentazione e più costi per gli assicuratori e quindi anche per gli assicurati.

Un'ulteriore necessità di tutela può essere disciplinata nel diritto assicurativo o tramite l'autoregolamentazione. Ciò vale per la trasparenza nei punti vendita, per le schede informative di base e anche per la formazione e il perfezionamento degli intermediari. Inoltre, anche l'UE regola il settore assicurativo nella relativa legislazione speciale.

Un ulteriore obiettivo dell'ASA è collaborare a più stretto contatto con le organizzazioni per la tutela dei consumatori, soprattutto nel settore dell'informazione alla clientela. I nostri clienti vogliono ricevere informazioni e spiegazioni più chiare. Dobbiamo quindi comunicare in modo più comprensibile. Pertanto ci stiamo già occupando di come dovrebbe essere strutturata una scheda informativa di complessi prodotti di assicurazione vita in modo tale che risulti confrontabile e più comprensibile. Per fare ciò vogliamo poter contare anche sul sapere delle organizzazioni per la tutela dei consumatori.

Non ci sentiamo però in obbligo solo di comunicare in modo chiaro e trasparente, ma anche di fornire elevati standard qualitativi per quanto riguarda i nostri consulenti. Per questo motivo, lo scorso anno abbiamo introdotto il marchio di qualità «Cicero», grazie al quale ci dichiariamo a favore di un'elevata qualità di consulenza. La relativa registrazione dei consulenti in questo registro settoriale è sinonimo di qualità per il cliente.