

CIRCOLARE

N. Prot.: CIR/UNS/DPCRRMD/21-2021 **Data:** 05/08/2021

Annulla / Sostituisce: CIR//UNS/DPCRRMD/08-2021 1

Oggetto: Pubblicità di prodotti assicurativi e regole di comportamento in caso di vendita a distanza mediante Siti Internet e/o Call Center di Agenzia

Emittente: DIREZIONE PIANIFICAZIONE COMMERCIALE, RAPPORTI RETI E MODELLI DISTRIBUTIVI

Destinatari: Tutte le Agenzie di UnipolSai Assicurazioni

Premessa

La presente Circolare, che annulla e sostituisce la CIR/UNS/DPCRRMD/08-2021 del 29 marzo 2021, si rende necessaria in seguito alla pubblicazione della sentenza del TAR Lazio n. 7549/2021 con cui sono state annullate alcune disposizioni contenute nel Provvedimento IVASS n. 97/2020 (di seguito il "Provvedimento 97"), che avevano modificato gli articoli 42, 56 e 58 del Regolamento IVASS n. 40/2018 (di seguito "Regolamento 40").

Per quanto qui di interesse, il TAR Lazio ha annullato il **comma 18 dell'art. 4** del Provvedimento 97 nella parte in cui, modificando l'art. 56 del Regolamento IVASS n. 40/2018, al comma 2, lett. a) aveva disposto in capo ai distributori la messa a disposizione per il pubblico o la pubblicazione sul sito internet dell'elenco recante la denominazione della/e impresa/e di assicurazione con le quali l'intermediario ha rapporti di affari, anche sulla base di una collaborazione orizzontale o di lettere di incarico.

Pertanto, **a far data dal 23/06/2021**, gli Intermediari non sono più tenuti ad adempiere al predetto onere informativo.

Tutto ciò premesso, con la presente Circolare desideriamo richiamare alla vostra attenzione la disciplina in materia di:

- (i) pubblicità di prodotti assicurativi, Vita e Danni nonché dei prodotti previdenziali, anche mediante Siti internet, pagine di Social Network e Applicazioni;
- (ii) promozione e collocamento di contratti di assicurazione Danni mediante tecniche di comunicazione a distanza,

così come integrata dalle recenti disposizioni contenute nel Provvedimento IVASS n. 97 del 4 agosto 2020 (di seguito il "**Provvedimento 97**"), in vigore **a far data dal 31 marzo 2021**.

Si ricorda che la Compagnia non consente l'attività di vendita a distanza mediante Siti internet e Call Center degli Agenti dei propri contratti assicurativi Vita, di Investimento assicurativo e di Previdenza complementare.

CIRCOLARE

Al contempo, precisiamo fin d'ora che, la presente Circolare intende disciplinare esclusivamente l'attività di vendita a distanza di prodotti dei rami Danni, svolta dagli Agenti attraverso l'uso di un sito internet di Agenzia o di un Call Center di Agenzia, attività per la quale è necessario ottenere espressa validazione da parte della Compagnia.

Esula da questo contesto, pertanto, l'attività di promozione e collocamento di prodotti assicurativi realizzata dall'Agenzia nell'ambito dei processi di "Multicanalità" e di "Vendita da remoto" e di quelli di volta in volta illustrati in specifici documenti di comunicazione aziendali¹, che permettono di attuare la vendita a distanza mediante modalità che la Compagnia ha messo e metterà a disposizione e per il cui utilizzo non è richiesta la previa validazione della Compagnia medesima.

Ricordiamo che la materia oggetto della presente Circolare è disciplinata da:

- D.Lgs. n. 209 del 7 settembre 2005 "Codice delle Assicurazioni Private" (di seguito il "CAP"), che ha recepito la Direttiva UE 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio, (la "Direttiva IDD" o "IDD"), aggiornato al D.Lgs. 187 del 30 dicembre 2020;
- Regolamento (UE) 2019/2088 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27.11.2019;
- Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018 (di seguito il "Regolamento 40"), così come modificato dal Provvedimento 97;
- Regolamento IVASS n. 41 del 2 agosto 2018 (di seguito il "Regolamento 41"), così come modificato dal Provvedimento 97;
- Regolamento UE 2016/679, Regolamento generale sulla protezione dei dati personali.

Per agevolare la lettura della presente Circolare e per assicurare l'adeguamento alle nuove disposizioni, si evidenziano nel testo le novità normative.

Di seguito i temi trattati:

1. Siti internet di agenzia finalizzati alla pubblicità di prodotti assicurativi
2. La "Vendita a distanza"
3. L'Attività di promozione e collocamento a distanza di contratti assicurativi ramo Danni
4. Pagine Social Network e Applicazioni di agenzia finalizzati alla pubblicità di prodotti assicurativi
5. Pubblicità e informazioni su prodotti assicurativi (rami Danni e Vita) tramite Siti web, pagine Social Network e Applicazioni

¹ A tal proposito si ricorda inoltre che le Circolari emesse tra marzo e aprile 2020 al fine di garantire continuità nell'erogazione dei servizi assicurativi (CIR/UNS/CGAA/07-2020, CIR/UNS/DV/11-2020, CIR/UNS/CGAA/16-2020 e CIR/UNS/DV/27-2020), hanno validità solo fintanto che perdura lo stato di emergenza sanitaria da Covid-19, cessato il quale perderanno di efficacia.

Si ricorda altresì che, ai sensi dell'articolo 19 del Decreto Legge 31 dicembre 2020, n. 183 convertito con Legge 26 febbraio 2021, n. 21- Disposizioni urgenti in materia di termini legislativi (c.d. Milleproroghe 2021), sono state confermate fino al 30 aprile 2021 le modalità di sottoscrizione in via semplificata dei contratti assicurativi, originariamente previsti dall'articolo 33 del Decreto Legge 19 maggio 2020, n. 34 (c.d. Decreto Rilancio).

CIRCOLARE

6. Regole di comportamento in caso di promozione e/o collocamento a distanza di contratti assicurativi mediante comunicazioni commerciali.

Si precisa che alcune novità normative hanno reso necessario introdurre delle modifiche nei processi aziendali e negli applicativi in uso alle Agenzie: tali novità saranno oggetto di successiva specifica comunicazione a cura di Insurance Business Deputy General Manager avente ad oggetto la registrazione delle conversazioni e delle comunicazioni elettroniche nella vendita e rinnovo da remoto con FEA OTP.

1. Siti Internet di Agenzia finalizzati alla pubblicità di prodotti assicurativi

1.1. Apertura e/o variazione dei Siti internet di Agenzia

Gli Agenti devono comunicare tempestivamente alla Compagnia l'intenzione di aprire e/o variare un proprio Sito internet da utilizzare per la pubblicità dei prodotti assicurativi, utilizzando il modulo "**Comunicazione di Apertura/Variazione Sito internet – finalizzato alla pubblicità di prodotti assicurativi**" (Allegato 1).

Tale modulo, debitamente compilato e sottoscritto in forma leggibile dall'Agente o, in caso di società aziendale, dal Responsabile di Agenzia, deve essere inviato all'indirizzo mail "**Box-Siti Web Intermediari**".

Si sottolinea che sul modulo deve essere sempre riportato il *link* del sito, che dovrà avere esclusivamente il formato **www.**.it** o **www.**.com**; il sito deve essere consultabile offline per le opportune verifiche (si intende che deve essere possibile la navigazione anche attraverso un sito di test o che deve essere fornita un'anteprima che replichi esattamente la futura navigazione online).

Si precisa che è escluso l'utilizzo nel Sito internet di Agenzia delle denominazioni, dei prodotti, di loghi e materiale in genere riferibile alle società cessate che nel tempo sono confluite in UnipolSai nonché alle divisioni commerciali.

È necessario, quindi, che i siti che attualmente non rispettano queste indicazioni siano modificati.

Le Agenzie che alla data di pubblicazione della presente Circolare avessero già attivo un proprio sito internet e non avessero ancora provveduto ad adeguarne i contenuti alle regole di conformità elencate nel paragrafo 1.2), devono provvedervi nel più breve tempo possibile, dandone tempestiva comunicazione al "**Box-Siti Web Intermediari**" con le stesse modalità sopra indicate.

Saranno ritenuti conformi dalla Compagnia solo quei Siti internet che rispettano le indicazioni contenute nella presente Circolare.

Si precisa a tal fine che solo all'esito positivo delle verifiche di conformità, la Compagnia rilascerà agli Agenti specifica **comunicazione scritta**, così da informarli che si è concluso il processo di validazione e che i dettagli del

CIRCOLARE

sito saranno pubblicati nei suoi data base, permettendo il completamento, tra l'altro, dell'apposita sezione del Modello Allegato 3.

Resta inteso che, in assenza della predetta comunicazione, il sito internet non è autorizzato dalla Compagnia. Ne consegue pertanto che l'Agenzia potrà rendere online e consultabile il proprio sito solo una volta ricevuta la conferma di conformità da parte della Compagnia.

Si ricorda inoltre che la Compagnia effettuerà gli usuali controlli sui Siti internet di Agenzia, anche al fine di preservare l'immagine e la Brand Reputation di UnipolSai Assicurazioni S.p.A., e la rete agenziale sarà chiamata a rimuovere, su semplice richiesta della Funzione di controllo "Adempimenti Normativi Intermediari" qualunque contenuto, immagine o link che non fosse adeguato alle vigenti disposizioni o che possa ledere il buon nome della Compagnia.

1.2. Regole per la conformità del Sito internet di Agenzia

Il Sito internet degli Agenti deve consentire l'agevole identificazione dell'intermediario e dell'impresa per cui esso opera; pertanto, nella *home page* ovvero in un'apposita pagina direttamente accessibile dalla *home page*, in maniera chiara e visibile, devono essere specificamente presenti le seguenti informazioni:

- dati identificativi dell'intermediario (nome e cognome dell'Agente/Agenti o ragione sociale della società agenziale con evidenza del nominativo del Responsabile dell'attività di Intermediazione);
- numero e data di iscrizione al RUI dell'Agente/Agenti o della società agenziale nonché del relativo Responsabile dell'attività di intermediazione;
- indirizzo del sito internet dove consultare gli estremi delle iscrizioni al RUI;
- indirizzo della sede legale dell'Agenzia e delle eventuali sedi operative, recapito telefonico, numero di fax, indirizzo di posta elettronica dell'intermediario nonché, per gli intermediari iscritti in Sezione A, indirizzo di **posta elettronica certificata (PEC)**;
- indicazione dell'eventuale sede secondaria agenziale²;
- indicazione che l'intermediario è soggetto al controllo dell'IVASS;
- codice identificativo amministrativo assegnato dalla Compagnia;

² Si ricorda che, per "sede secondaria" di una società agenziale la Compagnia intende il punto vendita che abbia le seguenti caratteristiche: a) risulti nell'atto costitutivo, b) risulti da visura camerale definito come sede secondaria (ossia non deve essere una semplice "unità locale" come nel caso delle subagenzie), c) preveda la presenza quotidiana di un Agente, d) sia comunicata ad IVASS come sede secondaria, e) abbia dipendenti regolarmente assunti, f) preveda archivio vivo delle polizze o altra documentazione contrattuale in originale, f) gestisca un portafoglio di dimensioni significative.

Tutto questo in linea con il dettato dell'art. 2197 del codice civile secondo il quale "L'imprenditore [c.c. 2205] che istituisce nel territorio dello Stato sedi secondarie [c.c. 1510] con una rappresentanza stabile deve, entro trenta giorni, chiederne l'iscrizione all'ufficio del registro delle imprese del luogo dove è la sede principale dell'impresa [c.c. 2189, 2196, n. 4]. Nello stesso termine la richiesta deve essere fatta all'ufficio del luogo nel quale è istituita la sede secondaria, indicando altresì la sede principale, e il cognome e il nome del rappresentante preposto alla sede secondaria. [Il rappresentante deve depositare presso il medesimo ufficio la sua firma autografa] (1). La disposizione del secondo comma si applica anche all'imprenditore che ha all'estero la sede principale dell'impresa [c.c. 2506]. L'imprenditore che istituisce sedi secondarie con rappresentanza stabile all'estero deve, entro trenta giorni, chiederne l'iscrizione all'ufficio del registro nella cui circoscrizione si trova la sede principale [c.c. 2194]"

CIRCOLARE

- denominazione, sede legale, recapito telefonico, numero di fax, posta elettronica certificata (PEC) di UnipolSai Assicurazioni S.p.A.;
- link al sito internet di Compagnia (www.unipolsai.it);
- **“Footer Privacy”** (normalmente collocato in basso a sinistra): si tratta della sezione *privacy* del sito internet e ha la funzione di informare gli utenti in merito al trattamento di dati personali effettuato in conseguenza della navigazione all’interno del sito: infatti, anche quando apparentemente non risultino effettuate attività di acquisizione ed utilizzo di dati personali (non siano presenti, ad esempio, form di registrazione o contatto, tramite i quali sono raccolti dati personali forniti direttamente dall’utente), è configurabile un trattamento. Anche la semplice navigazione su un sito internet comporta, a livello tecnico, il necessario trattamento di dati dei visitatori (quali, ad esempio, l’indirizzo IP e/o altri estremi identificativi del dispositivo dell’utente, nonché la data e ora della visualizzazione della pagina, ecc.). Il *footer* riepiloga le finalità del trattamento perseguite all’interno del sito web e mette a disposizione dell’utente le informazioni richieste dall’art. 13 del Regolamento 2016/679/UE. Si rimanda al *Footer Privacy* di UnipolSai, il quale funge da *“template”* di riferimento (<http://www.unipolsai.it/Pagine/privacy.aspx>), nonché alle istruzioni contenute nella Linee guida in materia di privacy per le Agenzie (presenti nell’apposita sezione dedicata di UEBA), al fine di individuarne correttamente i contenuti e le modalità di predisposizione;
- link alla sezione **Reclami** del sito internet istituzionale di Compagnia;
- l’informativa in relazione al compenso ricevuto per il contratto distribuito di cui al Modello Allegato 4 del Regolamento 40;
- la **Politica sull’integrazione dei rischi di sostenibilità nella loro consulenza in materia di investimenti o di assicurazioni**³: il **Regolamento (UE) 2019/2088** del 27.11.2019, già dal **10 marzo 2021**, pone in capo agli Agenti che hanno un proprio sito internet e che collocano **prodotti IBIPs** in regime di consulenza, l’obbligo della pubblicazione della Politica in una sezione apposita nominata essa stessa “Politica sull’integrazione dei rischi di sostenibilità nella consulenza in materia di assicurazioni”, nonché delle informazioni (i) relative a se nella consulenza vengono presi in considerazione o meno i principali effetti negativi sui fattori di sostenibilità; (ii) relative a come le politiche di remunerazione sono coerenti con le integrazioni dei rischi di sostenibilità³.

Si ricorda inoltre che gli Agenti, nella realizzazione del proprio sito di agenzia, devono rispettare le indicazioni contenute nelle **“Linee guida in materia di Privacy”**, caricate sul portale UEBA, nella specifica sezione **“Adempimenti e normative/Guide/Privacy”**, in particolare quanto definito nel paragrafo n. 15, dedicato ai siti internet di agenzia.

Infine, si precisa che i siti internet delle **Agenzie plurimandatari** devono rendere chiaro il riferimento a ciascuna Compagnia mandante che fornisce i prodotti presentati. In tali siti internet non può però essere fatto uso di loghi, immagini o materiali di comunicazione della Compagnia assieme a medesimo materiale prodotto o riferito ad altra impresa di assicurazioni.

³ Si richiama per ogni dettaglio la **CIR/UNS/DPCRRMD/14-2021** del 27 luglio 2021

CIRCOLARE

1.3. Preventivatore

Si ricorda che, il Regolamento ISVAP n. 23 del 2008 (“Regolamento 23”) in attuazione del disposto dell’art. 131 del CAP, ha disciplinato gli obblighi e gli adempimenti a carico delle imprese e degli intermediari in materia di trasparenza dei premi e delle condizioni contrattuali nella R.C. Auto obbligatoria.

In particolare, il Regolamento 23 prevede che le imprese mettano a disposizione del pubblico un **preventivatore R.C. Auto**, sia presso ogni punto vendita che sul proprio sito internet, richiedendo, tra l’altro, di indicare la misura delle provvigioni percepite dall’intermediario al fine di garantire ed agevolare l’informativa a favore del consumatore per comparare quanto offerto.

Pertanto gli intermediari, nell’emettere preventivi tramite il sistema informatico interno, utilizzano una procedura aziendale conforme al Regolamento 23 che, essendo gestita dalla Compagnia, viene costantemente adeguata alle disposizioni via via emanate.

Nel caso in cui l’intermediario intenda mettere a disposizione del pubblico un preventivatore R.c. Auto tramite il proprio Sito internet, è necessario che venga creato un *link* che porti l’utente sulle pagine del preventivatore del sito istituzionale di UnipolSai. Il predetto *link* deve essere posizionato in modo ben visibile nella *home page* del Sito internet di Agenzia.

Dovrà essere anche riportata l’indicazione che il sito internet di Agenzia è realizzato in ottemperanza al disposto di cui all’art. 131 del Codice delle Assicurazioni.

Infine, il Regolamento 23, allo scopo di agevolare l’informativa al consumatore, dispone che il preventivo rilasciato sul sito internet contenga, nel caso di imprese che operano mediante tecniche di comunicazione a distanza ovvero attraverso intermediari, l’avvertenza riguardo all’opportunità di ottenere sconti, rivolgendosi rispettivamente alla Direzione o all’Intermediario.

1.4. Convenzioni

Non è possibile effettuare nel sito internet d’Agenzia riferimenti a nomi o marchi di tutti gli Enti o Aziende con i quali UnipolSai ha stipulato convenzioni a carattere nazionale, senza preventiva autorizzazione del competente Ufficio Convenzioni, in quanto non tutti gli Enti o Aziende convenzionati hanno rilasciato l’autorizzazione per l’utilizzo del marchio/logo.

Tuttavia possono essere citate convenzioni locali stipulate direttamente dalle singole Agenzie, che dovranno preventivamente essere convalidate dall’Ufficio Convenzioni competente.

CIRCOLARE

Nelle Circolari dedicate alla diffusione dei contenuti delle convenzioni nazionali sottoscritte dalla Compagnia sarà precisato se l'Ente o l'Azienda ha rilasciato l'autorizzazione all'utilizzo di nomi e marchi: di tali Enti e Aziende sarà data evidenza della sezione Prodotti e Convenzioni in UEBA.

1.5. Sugerimenti e consigli per la costruzione dei Siti Internet di agenzia

Nella intranet UEBA, nell'area "**VADEMECUM**" della sezione "**Adempimenti e Normative**", le Agenzie possono consultare la pagina dedicata alla "**VENDITA A DISTANZA E PUBBLICITA' SITI INTERNET**", contenente indicazioni e consigli per la realizzazione di un sito internet di agenzia *compliant*.

Si suggerisce inoltre di **evitare l'inserimento di approfondimenti legali e/o fiscali** sul proprio sito in quanto, essendo oggetto di variazioni nel tempo, necessiterebbero di un continuo aggiornamento.

2. La <Vendita a distanza>

L'art. 1, c.1, lett. iii.1 del CAP definisce Vendita a distanza "**qualunque modalità di vendita che, senza la presenza fisica e simultanea del distributore e del contraente, possa essere impiegata per il collocamento a distanza di contratti assicurativi e riassicurativi**".

A tal proposito, si ricorda che la Compagnia, per disposizione legislativa e regolamentare, è responsabile dell'attività svolta dalla propria rete di vendita, anche quando venga esercitata attraverso l'utilizzo professionale di Siti internet, pagine Social Network ed eventuali Applicazioni. La Compagnia è pertanto tenuta a impartire agli intermediari, i quali sono tenuti a osservare, istruzioni e indicazioni specifiche in materia, vigilando sul loro rispetto.

A loro volta gli Intermediari assumono nei confronti della Compagnia ogni responsabilità, anche derivante dall'eventuale intervento di propri addetti e/o collaboratori, connessa allo svolgimento dell'incarico tramite tecniche di vendita a distanza.

Si sottolinea nuovamente che la Compagnia consente l'attività di vendita a distanza **solo** dei propri **Prodotti assicurativi Danni** e limitatamente ai contratti **da collocare per la copertura di rischi ubicati nel territorio della Repubblica**.⁴

⁴Art. 69, c. 1, lett. b) Regolamento 40

CIRCOLARE

3. L'Attività di promozione e collocamento a distanza di contratti assicurativi Danni

3.1. Comunicazione preventiva a fini dell'autorizzazione

Gli Agenti, conformemente a quanto previsto dalle disposizioni regolamentari⁵, **comunicano preventivamente alla Compagnia l'intenzione di applicare tecniche di vendita a distanza, attenendosi alle indicazioni e istruzioni impartite dalla Compagnia stessa per la vendita dei suoi prodotti.**

A tal fine, gli Agenti compilano l'apposito modulo "*Comunicazione preventiva per la vendita a distanza di prodotti assicurativi Danni*" (**Allegato 2**), anche disponibile nella pagina di UEBA "**Vendita a distanza e pubblicità Siti internet**" all'interno dell'area *Vademecum* della sezione "**Adempimenti e Normative**".

Tale modulo, debitamente sottoscritto dall'Agente o, in caso di società agenziale, dal Responsabile dell'attività di intermediazione, deve essere trasmesso alla Compagnia via mail al "**Box-Siti Web Intermediari**". Tale comunicazione deve essere inviata anche ogniqualvolta venga modificato il processo di vendita a distanza che fosse stato già validato dalla Compagnia.

Si precisa che la Compagnia per la vendita a distanza autorizza esclusivamente l'utilizzo dei seguenti strumenti: **Sito Web, e/o Call Center.**

Gli Agenti dovranno pertanto specificare nel modulo di richiesta di autorizzazione (**Allegato 2**) quale strumento intendano utilizzare o se intendano utilizzarli entrambi (facoltà ammessa dalla Compagnia).

La Compagnia autorizzerà il processo di vendita a distanza solo all'esito positivo delle verifiche di conformità e tale validazione sarà propedeutica alla sottoscrizione di specifica Appendice al mandato agenziale. In assenza, gli Agenti non sono autorizzati a utilizzare gli strumenti di comunicazione a distanza nella distribuzione dei prodotti assicurativi della Compagnia.

Si ricorda che anche in caso di vendita a distanza valgono le regole relative ai contenuti del sito riportate ai paragrafi 1.1. e 1.2. della presente Circolare.

3.2. La verifica della conformità del processo di vendita a distanza.

Il processo autorizzativo verifica il rispetto delle specifiche disposizioni in materia e la sussistenza dei requisiti previsti.

Per ottenere l'autorizzazione alla vendita mediante tecniche di comunicazione a distanza dei prodotti della Compagnia, ogni Agenzia dovrà pertanto definire i relativi processi nel rispetto delle disposizioni che seguono:

⁵ Art. 74, c. 3, Regolamento 40

CIRCOLARE

- è vietato l'utilizzo di filtri, procedure o meccanismi volti a selezionare i clienti in senso discriminatorio, anche al fine di evitare, in caso di contratti R.c. Auto, l'elusione dell'obbligo a contrarre previsto dall'art. 132 del CAP;
- è vietato il collocamento di contratti, anche in forma collettiva, in assenza di preventivo consenso espresso del cliente o dell'aderente:
 - o l'assenza di risposta scritta o il mancato dissenso non possono essere considerati espressione di consenso da parte del contraente;
 - o in caso di coperture assicurative proposte in abbinamento a beni o servizi di diversa natura, non sono consentite modalità di presentazione del prodotto che prevedano l'accettazione automatica di quanto non richiesto e, in ogni caso, meccanismi di *opt-out*⁶ che, se non azionati dal destinatario, possano far ritenere accettata l'offerta assicurativa;
- al primo contatto e, in ogni caso, prima della conclusione di un contratto di assicurazione, l'Agente fornisce al contraente, in modo chiaro e comprensibile:
 - o le informazioni previste dal Codice del Consumo⁷:
 - l'identità del distributore e il fine della chiamata, in caso di utilizzo del *Call Center*;
 - l'identità della persona in contatto con il contraente e il suo rapporto con il distributore assicurativo;
 - le principali caratteristiche del servizio o prodotto offerto;
 - il prezzo totale da corrispondere, comprese le imposte;
 - diritto di recesso entro il termine di 14 giorni dalla sottoscrizione del contratto (o diverso eventuale maggior termine previsto da specifici prodotti), senza penali e senza dover indicare il motivo, che si configura come "diritto di ripensamento" in ragione del canale di vendita – a distanza – utilizzato;
 - o la documentazione informativa precontrattuale e contrattuale prevista dalle vigenti disposizioni nonché la documentazione di cui all'art. 56, Regolamento 40: **(i)** il Modello **Allegato 3**; **(ii)** il Modello **Allegato 4**; **(iii)** il Modello **Allegato 4-ter**, contenente l'elenco degli obblighi di comportamento;
 - o l'informativa relativa al diritto di scegliere di ricevere e trasmettere la documentazione precontrattuale e contrattuale secondo quanto previsto dall'art. 120 quater del CAP (vedasi Circolare "Regole di comportamento – Esercizio dell'attività di distribuzione") e di poter modificare la scelta;
 - o l'informativa circa la circostanza che sarà eventualmente richiesta al contraente la ritrasmissione della polizza sottoscritta, anche attraverso qualunque canale telematico o informatico, per la conservazione da parte dell'intermediario a fini probatori⁸, tenuto conto

⁶ Per "meccanismo di *opt-out*" si intende meccanismo in forza del quale, a fronte dell'abbinamento automatico - ad una copertura assicurativa principale o a un prodotto o servizio di natura non assicurativa - di alcune coperture assicurative non richieste e per le quali non sia stata manifestata la volontà di adesione, il cliente è costretto a deselezionare la relativa opzione se non interessato al loro acquisto.

⁷ Art. 67 quater e seguenti, D. Lgs. 6 settembre 2005, n. 206

⁸ Art. 1888 Codice Civile

CIRCOLARE

delle previsioni contenute nelle vigenti Norme Amministrative sulla conservazione documentale e le vigenti regole di inoltro di documenti alla Compagnia;

- la valutazione delle richieste ed esigenze di copertura assicurativa del contraente e dell'assicurato;
- l'informativa sul trattamento dei dati personali per finalità contrattuali pertinente al prodotto di vendita, nonché il relativo modulo di raccolta del consenso per il trattamento di dati particolari, laddove necessario.

In particolare, per quanto riguarda il riconoscimento del diritto di recesso dovrà essere data informativa al contraente e conseguentemente dovrà essere adeguata a tale previsione la documentazione precontrattuale e contrattuale.

Gli Agenti, inoltre, adottano procedure che garantiscano:

- a. la conclusione del contratto solo se sono stati adempiuti i relativi obblighi di cui al Regolamento 40;
- b. l'acquisizione da parte del contraente su supporto durevole delle informazioni richieste e di quelle fornite;
- c. la conservazione delle informazioni concernente l'adempimento degli obblighi di cui alla predetta lett. a).

3.3. La promozione e il collocamento tramite Sito Internet di Agenzia

Il Regolamento 40⁹ dispone che, **in caso di utilizzo di un Sito internet per l'attività di promozione e collocamento di prodotti assicurativi, l'intermediario** - persona fisica che opera a titolo individuale o società agenziale che svolge attività di intermediazione - sia **titolare del relativo dominio**.

Fermo restando quanto indicato al paragrafo 1.2, l'intermediario, sul proprio sito internet di agenzia, dovrà riportare anche le informazioni relative a:

- le diverse fasi da seguire per la conclusione del contratto;
- i mezzi tecnici e le modalità per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima della conclusione del contratto.

Inoltre, immediatamente prima del perfezionamento del contratto, l'intermediario deve avvisare il contraente delle conseguenze che tale operazione comporta.

3.4. La promozione e il collocamento mediante Call Center

⁹ Art. 78, Regolamento 40

CIRCOLARE

Il Regolamento 40¹⁰ definisce **Call Center** “*un insieme di risorse umane e di infrastrutture specializzate che consente contatti e comunicazioni multicanale con i contraenti*”.

Qualora gli Agenti intendano utilizzare il **Call Center** come tecnica di comunicazione a distanza, oltre all’assunzione della piena responsabilità dei relativi addetti, devono anche:

- **individuare un collaboratore iscritto in Sezione E¹¹ per ogni sede del Call Center**, che abbia l’incarico del coordinamento e del controllo della relativa attività;
- prevedere che gli **addetti al Call Center siano in possesso di adeguate competenze professionali** e di una appropriata conoscenza di contratti e dei servizi offerti, nel rispetto delle disposizioni in materia di formazione e aggiornamento professionale;
- garantire che gli addetti al Call Center forniscano, al primo contatto, il **codice identificativo o le proprie generalità**, la denominazione dell’impresa e il nominativo dell’Agente o dell’Agenzia;
- **garantire che siano fornite risposte uniformi tra loro e conformi alle condizioni contrattuali**;
- **prevedere che il cliente possa entrare in contatto con l’incaricato del coordinamento** e del controllo dell’attività, iscritto in Sezione E;
- garantire che il cliente riceva le **informazioni in lingua italiana e in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile**.

Ricordiamo inoltre che in base all’articolo 1, comma 243, della Legge n. 232 del 2016 che ha sostituito l’art. 24 bis del D.L. 22/06/2012 n. 83, nonché ai sensi della Legge n. 5 dell’11 gennaio 2018, **gli operatori economici che eseguono attività di Call Center sono soggetti ad altri adempimenti**, fra cui:

- iscriversi al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), comunicando tutte le numerazioni telefoniche messe a disposizione del pubblico ed utilizzate per i servizi di call center;
- dare piena attuazione dell’obbligo di presentazione dell’identificazione della linea chiamante (numero in chiaro e utilizzo di due codici o prefissi specifici, quest’ultimi ancora in fase di definizione da parte delle competenti autorità);
- informare preliminarmente l’interlocutore sul Paese in cui l’operatore con cui parla è fisicamente collocato (in caso di utilizzo di call center situati fuori dal territorio nazionale, in un paese non membro dell’Unione europea, sono previste ulteriori attività ed adempimenti specifici);
- consultare mensilmente, e comunque precedentemente all’inizio di ogni campagna promozionale, il registro pubblico delle opposizioni e provvedere all’aggiornamento delle proprie liste, evitando di contattare i soggetti ivi iscritti, a pena di severe sanzioni.

¹⁰ Art. 2, c. 1, lett. g., Regolamento 40

¹¹ Si ricorda che a **far data dal 31 marzo 2021** gli intermediari iscritti alla sezione E del RUI dovranno possedere il requisito del possesso di un titolo di studio non inferiore al diploma di istruzione secondaria superiore rilasciato a seguito di corso di durata quinquennale oppure quadriennale integrato dal corso annuale previsto per legge o di un titolo di studio estero equipollente.

CIRCOLARE

3.5. Trasmissione della documentazione contrattuale in caso di vendita a distanza

L'intermediario trasmette al contraente:

- entro 5 giorni dalla conclusione del contratto, la polizza, salvo che la stessa sia stata formata come documento informatico¹² nel rispetto delle disposizioni vigenti in materia;
- in corso di contratto, le comunicazioni previste dalla normativa vigente;
- in caso di polizza R.c. Auto:
 - o il certificato di assicurazione, su supporto cartaceo o durevole, in base alla scelta del contraente¹³
 - o la carta verde, esclusivamente su supporto cartaceo.

3.6. Regole di comportamento in caso di vendita a distanza

Nello svolgere attività di promozione e collocamento a distanza, **gli Agenti rispettano le regole di comportamento previste per lo svolgimento dell'attività di distribuzione.**

L'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza non esenta infatti dal rispetto degli obblighi di comportamento previsti per tutte le tipologie di distributore vedasi la Circolare sulle Regole di comportamento - esercizio dell'attività di distribuzione.

4. Pagine Social Network e Applicazioni di agenzia finalizzati alla pubblicità di prodotti assicurativi

4.1. Apertura e/o variazione di pagine di Social Network e Applicazioni di Agenzia

Le pagine di Social Network e le Applicazioni sono ormai diventate strumento di comunicazione per la promozione di prodotti assicurativi da parte delle Agenzie.

In questo ambito ci riferiamo alle pagine di Social Network ossia a tutte le pagine e i profili pubblicati su qualsiasi Social Network, nonché alle Applicazioni, aperti e/o utilizzati dagli Agenti e dai propri collaboratori ogni qual volta venga fatto uso di loghi e immagini della Compagnia, o la stessa venga citata, anche mediante l'utilizzo di materiale di comunicazione, o si faccia promozione dei prodotti assicurativi della Compagnia.

¹² "documento informatico" (art. 2, c.1, let. r) Regolamento 40): "la rappresentanza informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti, disciplinata dal decreto legislativo 7 marzo 2005, n.82 e successive modifiche e integrazioni".

¹³ Art. 75, comma 2, Regolamento 40

CIRCOLARE

Analogamente ai Siti internet, in caso di apertura/variazione di pagine di Social Network o Applicazioni, le Agenzie devono inviare copia della “*Comunicazione di Apertura/Variazione Profilo Social Network*” (**Allegato 3**) - debitamente compilato e sottoscritto in forma leggibile dall’Agente o, in caso di società agenziale, dal Responsabile di Agenzia - alla casella mail “**Box-Social Network Intermediari**”.

Inoltre, le Agenzie che avessero già attivato una propria pagina di Social Network o un’Applicazione e non avessero ancora provveduto ad adeguarne i contenuti alle regole di conformità elencate nel paragrafo 4.2.) né a sottoporla al gradimento della Compagnia, devono provvedervi nel più breve tempo possibile, dandone tempestiva comunicazione alla Direzione con le stesse modalità sopra indicate.

Saranno ritenute conformi dalla Compagnia solo quelle pagine di Social Network e Applicazioni che rispettano le indicazioni contenute nella presente Circolare.

Si precisa che solo all’esito positivo delle verifiche di conformità, la Compagnia rilascerà agli Agenti specifica **comunicazione scritta**, in assenza della quale le pagine Social Network e le Applicazioni di agenzia non sono autorizzate dalla Compagnia.

La Compagnia effettuerà inoltre gli usuali controlli sulle pagine di Social Network e delle Applicazioni anche al fine di preservare l’immagine e la *Brand Reputation* di UnipolSai. La rete agenziale sarà chiamata a rimuovere, su richiesta della Funzione di controllo “Adempimenti Normativi Intermediari”, qualunque contenuto, immagine o link che non fosse adeguato alle vigenti disposizioni o che possa ledere il buon nome della Compagnia.

4.2. Regole di conformità delle pagine di Social Network e Applicazioni

Le pagine di Social Network e le Applicazioni di Agenzia devono anch’esse rispettare le regole di conformità descritte nel paragrafo 1.2) dedicato ai siti internet.

A tali disposizioni si aggiungono quelle contenute nell’**Allegato 4** alla presente Circolare sulle “**Regole di utilizzo loghi e contenuti di Compagnia, applicazione pratica adempimenti obbligatori sugli account social di Agenzia**”.

Si precisa che non è consentito utilizzare i Social Network o le Applicazioni per il collocamento a distanza di prodotti assicurativi della Compagnia. Pertanto le pagine Social Network e le Applicazioni di Agenzia potranno avere solo finalità di promozione.

Il servizio di **chat** presente in alcuni Social Network potrà essere utilizzato esclusivamente dagli intermediari, i quali dovranno qualificarsi all’inizio del contatto con il potenziale cliente e al solo fine di fornire informazioni sui prodotti assicurativi pubblicizzati.

CIRCOLARE

Per le **Agenzie plurimandatarie**, la pagina di Social Network e le Applicazioni devono rendere chiaro il riferimento a ciascuna Compagnia mandante che fornisce i prodotti presentati: non può essere fatto uso di loghi, immagini o materiali di comunicazione della Compagnia assieme a medesimo materiale prodotto o riferito ad altra impresa di assicurazioni.

5. Pubblicità e informazioni su prodotti assicurativi (rami Danni e Vita), effettuata anche mediante l'utilizzo di Siti Internet, pagine di Social Network e Applicazioni di Agenzia

Il Codice delle Assicurazioni Private¹⁴ dispone che le Imprese di assicurazione e i loro intermediari, quando vi provvedano autonomamente, debbano garantire che la pubblicità dei prodotti assicurativi sia effettuata avendo cura della correttezza dell'informazione e della conformità rispetto al contenuto della documentazione informativa e delle condizioni di contratto cui i prodotti stessi si riferiscono.

Poiché le imprese di assicurazione vigilano affinché gli intermediari di cui si avvalgono ottemperino alla predetta disposizione di legge, nonché alle norme contenute nei Regolamenti delle Autorità di Vigilanza, **tutti i materiali promozionali, i *depliant* e i messaggi pubblicitari predisposti dagli intermediari** relativi ai prodotti assicurativi, di investimento assicurativo e alle forme pensionistiche complementari, **sono soggetti alla preventiva autorizzazione delle imprese preponenti**, dovendo anche tenersi in debita considerazione l'evoluzione della normativa tempo per tempo vigente.

5.1. Caratteristiche generali della pubblicità

I messaggi pubblicitari:

- non devono indurre in errore circa le caratteristiche, la natura, le garanzie, e i rischi del prodotto offerto;
- devono utilizzare forme espressive e caratteri chiari, ben visibili e leggibili;
- devono essere immediatamente riconoscibili e ben distinguibili da ogni altra forma di comunicazione;
- devono indicare con chiarezza ed evidenza la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche del relativo prodotto;
- devono essere imparziali e complete.

5.2. Caratteristiche specifiche circa il materiale pubblicitario dei prodotti UnipolSai

Gli Agenti sono invitati a conformarsi alle indicazioni contenute nel **Manuale di Corporate Identity** di UnipolSai (disponibile sul portale UEBA nella sezione UEBA Marketing di Agenzia/Materiali di immagine coordinata), in cui

¹⁴ Art. 182, CAP

CIRCOLARE

sono descritti i principali elementi formali che devono identificare la comunicazione delle Agenzie UnipolSai – quali, ad esempio, il logo e i colori - e le indicazioni vincolanti sul loro utilizzo.

Inoltre, previa verifica che il prodotto sia effettivamente pubblicato sul sito internet della Compagnia, il materiale pubblicitario deve riportare, con caratteri che consentono un'immediata ed agevole lettura, la seguente avvertenza:

- **se si tratta di prodotto Danni o dei rami Vita¹⁵:** *“Messaggio pubblicitario. Prima della sottoscrizione leggere il Set Informativo pubblicato sul sito internet www.unipolsai.it”;*
- **se si tratta di Fondo Pensione Aperto e di Piano Individuale Pensionistico (PIP):**
 - **fino al 30 aprile 2021:** *“Prima dell'adesione al Piano Individuale Pensionistico (PIP) e al Fondo Pensione Aperto (FPA) gestiti da UnipolSai Assicurazioni S.p.A. leggere la Sezione I della Nota informativa “Informazioni chiave per l'aderente. Maggiori informazioni sulle predette forme pensionistiche sono rinvenibili nella Nota Informativa completa, nel Regolamento e, per i PIP, anche nelle Condizioni Generali di Contratto disponibili presso le Agenzie, gli intermediari autorizzati e sul sito internet www.unipolsai.it, alla Sezione “Il tuo Risparmio/Previdenza”;*
 - **dal 1° maggio 2021:** *“Messaggio promozionale riguardante le forme pensionistiche complementari – prima dell'adesione leggere la parte I “Le informazioni chiave per l'aderente” e l'Appendice “Informativa sulla sostenibilità”, della Nota informativa.”*

La pubblicità deve inoltre rispondere ai seguenti requisiti:

- il link al sito istituzionale di Compagnia deve essere corredato dall'avvertenza *“Per ogni riferimento a garanzie e condizioni prestate si rinvia esclusivamente al sito ufficiale di UnipolSai Assicurazioni S.p.A.”;*
- se la pubblicità è effettuata tramite mezzi audiovisivi, le informazioni sopra elencate vengono riprodotte lentamente in modo da agevolare la comprensione;
- le espressioni “garantisce”, “garantito” o termini simili, che inducono a ritenere sussistente il diritto ad una prestazione certa per l'assicurato o per il portatore di un interesse alla prestazione assicurativa o per l'aderente a forme pensionistiche complementari, possono essere utilizzate solo se la garanzia è rilasciata direttamente dall'impresa di assicurazione e sussiste effettivamente un siffatto impegno giuridico;
- la qualifica di contratto “etico e sostenibile” può essere utilizzata solo per i contratti sottoposti alla disciplina di cui all'art. 36 del Regolamento 41 e, in particolare, la dizione “sostenibili” è utilizzabile ai sensi del Regolamento (UE) 2019/2088 solo per i prodotti di investimento assicurativi che siano qualificati come tali dall'informativa di prodotto predisposta dalla Compagnia;

¹⁵ Con specifico riferimento alla “linea risparmio, investimento e protezione”

CIRCOLARE

- per le forme pensionistiche complementari (Fondo Pensione Aperto e PIP) gli annunci pubblicitari devono essere presentati in modo da risultare chiaramente distintivi rispetto ai messaggi pubblicitari o informativi relativi all’offerta degli altri prodotti assicurativi;
- particolare attenzione deve essere rivolta alla pubblicità dei rendimenti conseguiti dai prodotti d’investimento assicurativo e dalle forme pensionistiche complementari, essendo prevista per tali prodotti apposita disciplina.

6. Regole di comportamento in caso di promozione e/o collocamento a distanza di contratti assicurativi mediante comunicazioni commerciali

Gli Agenti che promuovono e/o collocano contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza, devono prima ottenere **il consenso del contraente** all’utilizzo di tali tecniche e devono predisporre strumenti idonei per la sua acquisizione, adottando procedure idonee a dare evidenza del consenso prestato, ai sensi dell’articolo 82, comma 1 del Regolamento 40, nonché secondo quanto previsto dalla normativa sulla protezione dei dati personali, in particolare dall’art. 130 del D.Lgs. 196/2003 (come novellato dal D.Lgs. 101/2018).

Il consenso deve essere reso in maniera esplicita rispetto alle diverse tipologie di comunicazioni, libera e non vincolante, ed è revocabile in ogni momento, senza oneri e costi per il contraente (si veda par. 6.2 per le caratteristiche del consenso, secondo quanto stabilito dalla normativa sulla protezione dei dati personali).

Gli Agenti possono invece effettuare comunicazioni commerciali **senza previo consenso e salvo opposizione del contraente** all’utilizzo di tali tecniche, solo se si verificano le seguenti condizioni:

- il contraente ha già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo o altri rami;
- il prodotto è distribuito dalla medesima impresa di assicurazioni con la quale il contraente ha stipulato un contratto relativo a prodotti dello stesso ramo o altri rami;
- il contraente non si sia già opposto all’invio di comunicazioni commerciali o abbia revocato il consenso in precedenza reso;
- gli Agenti, in occasione di ciascuna comunicazione, informano i contraenti della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando la modalità attraverso cui presentare tale opposizione.

In particolare, **l’intermediario dovrà assicurarsi che tali comunicazioni, anche se fatte per il tramite di terzi, riportino le seguenti informazioni:**

- se le stesse sono finalizzate al collocamento;
- la provenienza dei dati del contraente e l’utilizzo degli stessi;
- il diritto di revocare il consenso in ogni momento e senza aggravio di costi;

CIRCOLARE

- le modalità per esprimere la revoca del consenso;
- il nominativo dell'intermediario che commercializza il contratto;
- se effettuate tramite siti internet, prevedano un link ipertestuale al Sito internet o al profilo di Social Network del distributore o l'indicazione del relativo indirizzo.

6.1. La registrazione delle conversazioni e delle comunicazioni elettroniche

A far data dal 31 marzo 2021, i distributori che promuovono contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza, devono attrezzarsi per registrare e conservare, per tutta la durata del contratto assicurativo e per almeno 5 anni dalla sua risoluzione o per il maggior termine previsto dalla legge o dalle autorità di vigilanza, le conversazioni o le comunicazioni telefoniche, effettuate, trasmesse o ricevute, che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi.

Si rinvia per le modalità operative adottate dalla Compagnia alla comunicazione di prossima pubblicazione a cura di *Insurance Business Deputy General Manager* avente ad oggetto la registrazione delle conversazioni e delle comunicazioni elettroniche nella vendita e rinnovo da remoto con FEA OTP, qualora le Agenzie intendano utilizzare la soluzione messa a disposizione dalla Compagnia, che consentirà loro di essere in regola con i complessi vincoli legali entro cui effettuare le registrazioni.

Naturalmente, le Agenzie potranno adottare proprie soluzioni di registrazione, fermo il diritto-dovere della Compagnia di controllare il loro operato quali intermediari che collocano prodotti UnipolSai e quali responsabili privacy. A tale proposito, di forniscono le seguenti indicazioni:

- 1) l'Agenzia, quale datore di lavoro dei propri dipendenti, deve rispettare l'art. 4 dello Statuto dei Lavoratori¹⁶;
- 2) l'Agenzia, quale responsabile del trattamento nominato da UnipolSai, o quale titolare per i trattamenti effettuati in autonomia come intermediario assicurativo, deve rispettare la normativa privacy, la quale impone, fra l'altro, (i) di informare correttamente gli interessati la cui voce è registrata (clienti, dipendenti e collaboratori) circa il trattamento svolto sui loro dati personali, in particolare, fornendo informazioni relative alle finalità del trattamento, alle categorie di dati personali coinvolte, alle basi giuridiche, ai termini di conservazione, ai destinatari della comunicazione dei dati, ai diritti dell'interessato, agli estremi identificativi del titolare del

¹⁶ Art. 4 Impianti audiovisivi: "1. Gli impianti audiovisivi e gli altri strumenti dai quali derivi anche la possibilità di controllo a distanza dell'attività dei lavoratori possono essere impiegati esclusivamente per esigenze organizzative e produttive, per la sicurezza del lavoro e per la tutela del patrimonio aziendale e possono essere installati previo accordo collettivo stipulato dalla rappresentanza sindacale unitaria o dalle rappresentanze sindacali aziendali. In alternativa, nel caso di imprese con unità produttive ubicate in diverse province della stessa regione ovvero in più regioni, tale accordo può essere stipulato dalle associazioni sindacali comparativamente più rappresentative sul piano nazionale. In mancanza di accordo, gli impianti e gli strumenti di cui al primo periodo possono essere installati previa autorizzazione della sede territoriale dell'Ispettorato nazionale del lavoro o, in alternativa, nel caso di imprese con unità produttive dislocate negli ambiti di competenza di più sedi territoriali, della sede centrale dell'Ispettorato nazionale del lavoro. I provvedimenti di cui al terzo periodo sono definitivi. 2. La disposizione di cui al comma 1 non si applica agli strumenti utilizzati dal lavoratore per rendere la prestazione lavorativa e agli strumenti di registrazione degli accessi e delle presenze. 3. Le informazioni raccolte ai sensi dei commi 1 e 2 sono utilizzabili a tutti i fini connessi al rapporto di lavoro a condizione che sia data al lavoratore adeguata informazione delle modalità d'uso degli strumenti e di effettuazione dei controlli e nel rispetto di quanto disposto dal decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196."

CIRCOLARE

trattamento, (ii) di adottare adeguate misure di sicurezza al fine di evitare la perdita, il furto, il danneggiamento, la distruzione, la divulgazione dei dati personali registrati, nonché qualunque altra compromissione della sicurezza degli stessi, (iii) di conservare i dati personali per il tempo strettamente necessario alle finalità per le quali sono stati raccolti, cioè per tutta la durata del contratto assicurativo e per cinque anni dalla sua risoluzione o per il maggior termine previsto dalla legge o dalle Autorità di Vigilanza;

3) l’Agenzia, posto che non sta utilizzando la soluzione FEA OTP messa a disposizione dalla Compagnia, dovrà avere cura di tracciare adeguatamente tutto il processo e, per la parte non tracciata, registrare la conversazione telefonica nella sua integralità o nei suoi elementi essenziali.

6.2. Consenso Privacy per l’invio di comunicazioni commerciali

L’invio di comunicazioni commerciali non richieste può integrare una violazione delle disposizioni previste dalla normativa in materia di protezione dei dati personali.

Per questo è fondamentale che gli Intermediari che promuovono o collocano contratti assicurativi a distanza effettuando invio di comunicazioni commerciali ne richiedano il preventivo consenso del contraente.

Pertanto **le Agenzie che intendono effettuare comunicazioni commerciali** mediante l’invio di materiale pubblicitario acquisendo tramite il proprio Sito internet estremi di contatto, al fine di inviare comunicazioni commerciali tramite fax, e-mail, telefono (in particolare, tramite sistemi automatizzati), messaggi telefonici preregistrati e SMS, **devono provvedere a raccogliere il consenso al trattamento dei dati del cliente per finalità di marketing tramite il modulo di informativa sul trattamento dei dati personali per comunicazioni commerciali.**

Non sarà necessario acquisire nuovo consenso del contraente per l’invio di comunicazioni commerciali, salvo opposizione del contraente, nel caso in cui questi abbia già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo assicurativo o di altri rami, purché il prodotto sia distribuito dalla medesima impresa.

I distributori, in occasione di ciascuna comunicazione di tale natura informano il contraente della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando le stesse modalità.

Finalità commerciali ulteriori, quali ad esempio la profilazione dei soggetti interessati per esigenze di marketing, comporta la necessità di raccogliere un ulteriore e distinto consenso, sempre previa resa di un’adeguata informativa.

Infine, ricordiamo che affinché il consenso al trattamento dei dati personali per finalità di marketing e/o di profilazione possa ritenersi validamente rilasciato deve essere:

- sempre un atto libero, consapevole e informato;
- preceduto dalla messa a disposizione, da parte dell’Agenzia, di un’adeguata informativa privacy, la quale fornisca informazioni esaurienti in merito al trattamento (secondo quanto stabilito dall’art. 13 del Regolamento 2016/679/UE), ed in particolare in riferimento alle finalità e modalità del trattamento cui i

CIRCOLARE

dati saranno sottoposti, nonché i diritti riconosciuti all'interessato dalla normativa privacy, prima di proporle al cliente il rilascio;

- revocabile in ogni momento, rivolgendosi all'Agenzia, oppure tramite il sito internet o l'App di UnipolSai, laddove l'agenzia invii comunicazioni commerciali in qualità di Responsabile del trattamento dei dati per conto della Compagnia.

Su tali delicati aspetti attinenti all'adempimento degli obblighi derivanti dalla normativa in materia di privacy, la Compagnia ribadisce l'importanza della scrupolosa osservanza delle istruzioni impartite e si rinvia alle Linee guida in materia di privacy per le Agenzie (disponibile nell'apposita sezione all'interno del portale UEBA)¹⁷.

AugurandoVi buon lavoro, Vi salutiamo cordialmente.

DIREZIONE PIANIFICAZIONE COMMERCIALE,
RAPPORTI RETI E MODELLI DISTRIBUTIVI

Firmato elettronicamente da:
SIMONE TARCHIANI

Allegati:

- Allegato 1 "Comunicazione di Apertura/Variazione Sito internet finalizzato alla pubblicità di prodotti assicurativi";
- Allegato 2 "Comunicazione preventiva per vendita a distanza di prodotti assicurativi Danni";
- Allegato 3 "Comunicazione di Apertura/Variazione Profilo Social Network";
- Allegato 4 "Regole di utilizzo loghi e contenuti di Compagnia, applicazione pratica, adempimenti obbligatori sugli account social di Agenzia".

¹⁷ Si veda la CIR/UNS/DG/01-2020 e la relativa Guida alla Privacy nelle Agenzie