



La Carta dei Valori

Etica e responsabilità a tutela
del consumatore

I VALORI QUALIFICANO LA NOSTRA IDENTITÀ'

Ciascuno di noi ha bisogno, nel tentativo di opporsi alla spietatezza di coloro che, in ogni ambito, prendono a pretesto le differenze per affermare la propria supremazia sugli altri, di fare propri i valori fondamentali sui quali fondare una società più giusta.

Dal nostro canto, nel ruolo di rappresentanza sindacale degli agenti di assicurazione, abbiamo fatto la scelta coraggiosa di schierarci senza alcuna esitazione dalla parte dei consumatori, individuando i principi che ne tutelano i diritti.

L'impegno a garantire **responsabilità, trasparenza, affidabilità, rispetto** e più in generale la soddisfazione del **bisogno di sicurezza** proveniente dalle famiglie, dalle professioni e dalle imprese, conferma l'attitudine espressa nel tempo dagli agenti di fornire un servizio di qualità alla clientela e segna una precisa linea di demarcazione rispetto a quanti privilegiano le buone relazioni industriali con le imprese ai reali interessi del cittadino.

Sono pertanto orgoglioso di annoverare, tra le iniziative di cui è intercalata la mia presidenza, la diffusione della **Carta dei Valori** degli agenti iscritti al **Sindacato Nazionale Agenti** condivisa moralmente - e ciò costituisce un fatto inedito di assoluta rilevanza - dalla **Confconsumatori**, l'associazione consumeristica con la quale abbiamo siglato un importante protocollo di intesa.

Questo sodalizio ideale ha dimostrato con chiarezza che due soggetti, l'agente, consulente professionale di assicurazione e il consumatore, utente del servizio assicurativo, sono in grado di superare lo stereotipo della contrapposizione istituzionale che non ha mai prodotto benefici né all'uno, né all'altro, mediante l'individuazione degli ambiti di comune interesse sui quali impennare lo sviluppo di una nuova e più evoluta cultura assicurativa.

È inoltre mio preciso desiderio che il contenuto di questo straordinario documento venga ripreso nel nuovo **Codice etico e deontologico** degli iscritti allo Sna, di cui mi pregio di essere Presidente, come caposaldo dei requisiti di autogoverno che la categoria rivendica di introdurre nella regolazione della nostra attività presente e futura.

Claudio Demozzi
Presidente Nazionale Sna



PREMESSA

La **Carta dei Valori** del Sindacato Nazionale Agenti dedicata alla tutela del consumatore costituisce di per sé un valore perché raccoglie l'esperienza delle donne e degli uomini che, mettendo a disposizione la loro intelligenza e la loro passione, hanno fatto la storia centenaria dello Sna.

Scaturisce inoltre dal lavoro di sintesi svolto insieme alle **associazioni consumeristiche** che hanno adottato la scelta coraggiosa di condividere, con la rappresentanza degli agenti di assicurazione, l'insieme dei principi su cui si fonda il rapporto fiduciario tra assicurato e intermediario iscritto nella Sezione A del Registro Unico degli Intermediari assicurativi.

La Carta sarà peraltro sottoposta a ogni altra rappresentanza dei consumatori operante nel nostro Paese che intenderà dividerne i contenuti e lo spirito.

Per questo il valore della Carta va al di là delle parole e assume un significato concreto al quale gli agenti di assicurazione iscritti allo Sna si impegnano a uniformare i propri **comportamenti** e le proprie **scelte**.

I destinatari della Carta dei valori sono pertanto, da un lato, gli agenti iscritti allo Sna che, iscrivendosi, ne accettano le finalità e gli scopi e, dall'altro, tutti i cittadini italiani, gli enti pubblici e privati, i professionisti, le imprese che hanno sottoscritto o che sottoscriveranno un contratto assicurativo.

Lo Sna intende infatti concorrere alla **crescita professionale** dei propri iscritti e al miglioramento della qualità del servizio riservato alla loro clientela. Per questo persegue l'obiettivo di promuovere la cultura dell'**innovazione** finalizzata a fornire maggiori benefici ai clienti.

La sottoscrizione di una polizza non corrisponde all'acquisto di merce tangibile, si sostanzia piuttosto nel conferimento di **fiducia**,



da parte dell'utente, nei confronti del consulente assicurativo professionale. Da questo discende l'impegno morale per l'Agente di essere leale nel rapporto con il cliente, competente nella scelta del servizio assicurativo più adeguato e coerente rispetto al bisogno di sicurezza proveniente dalla clientela, esauriente nell'esposizione dell'offerta, disponibile nella prestazione della consulenza che accompagna tutte le fasi che procedono la collocazione del contratto e che seguono la sua sottoscrizione.

L'AGENTE DI ASSICURAZIONE

L'agente di assicurazione in gestione libera è colui che, iscritto al Registro Unico degli Intermediari Assicurativi o ad altro registro, albo o ente equivalente, prestando assistenza e consulenza ai propri clienti e mettendo a disposizione del pubblico la propria competenza tecnica, svolge stabilmente in forma professionale e autonoma l'attività di provvedere a proprio rischio e spese, con compenso in tutto o in parte a provvigioni, alla gestione e promozione degli affari di un'agenzia.

Sarà pertanto suo compito proporre, non necessariamente in relazione ad un contratto di agenzia con le compagnie mandanti, la stipula di polizze di assicurazione **adeguate** e **coerenti** con le richieste e le esigenze degli assicurati.

L'attività di agente di assicurazione richiede uno speciale impegno di **serietà**, **competenze** e **rettitudine**, dal momento che il consumatore non dispone normalmente dell'informazione necessaria per esaminare, con sufficiente competenza, le condizioni contrattuali e per valutare la coerenza dell'offerta assicurativa rispetto ai suoi bisogni reali, non di rado soltanto latenti.



INTRODUZIONE

Gli agenti iscritti allo Sna hanno coscienza che l'attività svolta dall'agente di assicurazione rientra in quelle primarie di elevato **interesse sociale** per la risposta professionale fornita al bisogno di sicurezza proveniente dai singoli e dalla collettività.

Hanno inoltre piena percezione che lo svolgimento della loro attività professionale implica **doveri** e **responsabilità** nei confronti della collettività e che il corretto esercizio della professione passa attraverso la crescita delle proprie **competenze** e di quelle della loro filiera produttiva, ma anche attraverso il rispetto dei principi di **onestà, imparzialità, trasparenza e lealtà** nei confronti dei propri interlocutori, primi tra tutti i cittadini utenti delle assicurazioni.

Dato il rapporto di agenzia intercorrente con le imprese mandanti, gli iscritti Sna, hanno consapevolezza di come sia necessario mantenere la massima **indipendenza professionale** e **imprenditoriale** possibile dalle compagnie, allo scopo di garantire l'effettiva tutela dei **diritti** e degli **interessi del consumatore**.

Sul piano giuridico e normativo gli agenti di assicurazione considerano ineludibile il rispetto delle leggi di settore, delle direttive comunitarie e delle norme nazionali che disciplinano la propria attività.

Allo scopo fanno propri i contenuti:

- dell'**Accordo Nazionale Agenti** in vigore
- del **Codice Civile**
- del **Codice delle Assicurazioni Private**
- della **Idd (Insurance distribution Directive)**, la normativa europea in materia di distribuzione assicurativa,
- dei **Regolamenti attuativi nazionali**
- degli **usi** e delle **consuetudini** propri della professione di agenti di assicurazione.

CONSIDERAZIONI

Tenuto in opportuno conto il fatto che gli agenti di Assicurazione iscritti allo Sna:

- mettono al centro del proprio operato il rispetto dei diritti degli utenti assicurativi,
 - si impegnano ad ispirare la propria attività di assistenza e consulenza ai principi di onestà, imparzialità, trasparenza e lealtà già richiamati in precedenza,
 - non si faranno condizionare dai livelli provvigionali e dai premi produzione collegati ai singoli contratti nel fornire la propria consulenza e assistenza alla clientela,
- risulta centrale la scelta di condividere, con le associazioni consumeristiche che intendono sottoscrivere il presente documento, l'insieme dei **valori** sui quali si impernia la relazione che intercorre tra gli assicurati e i loro agenti di fiducia.

CONDIVISIONE DEI VALORI

L'Agente di assicurazione iscritto Sna, anche attraverso i propri dipendenti e collaboratori commerciali, intrattiene con l'utente assicurativo un rapporto fiduciario fondato su valori condivisi.

La missione dell'agente consiste non soltanto nel fare le cose bene, prerequisito indispensabile per erogare un servizio adeguato e coerente, quanto piuttosto nel fare le cose buone.

L'agente sa che il migliore investimento consiste nel porre il cliente al centro delle proprie relazioni imprenditoriali e professionali, quale che sia il rapporto che intrattiene con le fabbriche prodotti.

La carta definisce l'insieme dei riferimenti etici ai quali tutti gli agenti iscritti allo Sna si adopereranno per uniformare le proprie condotte in quanto coerenti con la visione ideale e con gli intenti strategici del Sindacato.

TRASPARENZA E INFORMAZIONE

Gli agenti opereranno per ridurre il gap informativo esistente tra intermediario e cliente, allo scopo di favorire l'acquisto consapevole e di valorizzare l'attività di consulenza professionale svolta dall'agente.

L'informazione erogata dall'agente deve essere essenziale, concreta e comprensibile, cosicché il cliente abbia effettivamente la possibilità di capire i contenuti del servizio che sta acquistando e se esso sia effettivamente coerente con le sue esigenze.

La documentazione consegnata al cliente deve rispondere ai criteri di essenzialità, oltreché di proporzionalità rispetto alla complessità del servizio assicurativo acquistato e della struttura organizzativa dell'agenzia che offre il servizio.

QUALITÀ E AFFIDABILITÀ

Il valore dell'affidabilità morale e professionale assume centralità strategica nella prospettiva di lungo periodo, che è tipica del rapporto fiduciario intercorrente tra consumatore e agente.

Il cliente sceglie l'agente di assicurazione perché questi fornisce consulenza professionale e assistenza prima della stipula del contratto, durante la vita della polizza e nel momento di massima criticità costituita dal verificarsi del sinistro.

La qualità della consulenza e dell'assistenza, unita alla certezza che esse vengano erogate sempre con professionalità e moralità, danno la misura dell'affidabilità nel tempo di un agente e della sua filiera produttiva e amministrativa.

La combinazione dell'insieme di fattori positivi suesposti determina il grado di fiducia che l'utente assicurativo ripone in un agente di assicurazione.

ATTENZIONE E RISPETTO

Il sentimento e il comportamento naturale degli agenti di assicurazione sono improntati alla consapevolezza dei diritti di cui il singolo assicurato e l'insieme degli utenti assicurativi sono portatori.

Sono uniformati inoltre all'attenzione speciale e alla considerazione riservata dall'agente imprenditore al cittadino nell'espressione del proprio bisogno di sicurezza.

Sono infine conformati ed attenti al valore sociale delle assicurazioni, che possono dunque svolgere un ruolo decisivo nel garantire l'utente da rischi gravi che potrebbero incidere sulla qualità della vita sua e della propria famiglia, oltreché sull'equilibrio finanziario della propria impresa.

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

La soddisfazione globale del bisogno di sicurezza proveniente dalla società è il perno dell'attività di consulenza e assistenza svolta dall'agente di assicurazione iscritto allo Sna.

La percezione positiva, derivante dal vedere soddisfatte le proprie esigenze assicurative mediante polizze adeguate e coerenti, genera nel consumatore apprezzamento verso il servizio ricevuto.

Soltanto così le capacità professionali dell'agente e della sua filiera amministrativo-commerciale, si trasformano in qualità condivisa.

ACCESSIBILITÀ

La diffusa presenza sul territorio, la capacità di rendere accessibile l'attività agenziale, la scelta di rimanere aperti anche nei momenti drammatici delle calamità naturali e delle pandemie caratterizzano il servizio prestato dagli agenti di assicurazione.

La prospettiva di lungo periodo che contraddistingue la vita professionale di un agente, consente inoltre al consumatore di poter contare sull'accesso duraturo nel tempo all'agenzia di fiducia e sulla relazione personale con operatrici e operatori identificati che mettono la loro competenza a disposizione della clientela.

Gli agenti si impegnano pertanto ad essere interlocutori aperti e disponibili, pronti a fornire risposte e soluzioni professionali orientate alla prevenzione e alla tutela della vita e dei beni.

La scelta di rivolgersi all'agente di fiducia rimane pertanto sempre la migliore per il consumatore.

RESPONSABILITÀ E CORRETTEZZA

L'agente, consapevole della funzione svolta dalle assicurazioni nell'epoca contemporanea, accetta il proprio ruolo sociale nella risposta



alla richiesta di sicurezza che proviene dalle famiglie, dalle professioni e dalle imprese, facendosi carico delle conseguenze delle proprie azioni nei limiti di legge, nel rispetto del rapporto fiduciario intercorrente con il proprio cliente.

Il suo impegno consiste nell'improntare i propri comportamenti alla soddisfazione delle esigenze del cliente e nel contempo delle aspettative degli altri stakeholders di riferimento dell'agenzia. E ciò in un quadro di equilibri tra le responsabilità sociali, affinché la propria attività crei valori vincenti per le persone.

Gli agenti iscritti allo Sna sono inoltre impegnati a evitare comportamenti che devono comunque ritenersi non consentiti dalle norme di etica professionale comunemente seguite nel settore assicurativo.

Correttezza morale e professionale e buona fede sono infatti strettamente correlati all'obbligazione derivante all'agente dallo svolgimento della propria attività di consulenza e assistenza al consumatore.

CULTURA ASSICURATIVA

L'Italia è uno dei paesi meno assicurati del continente europeo e questo si deve a una quantità di fattori.

Primo fra tutti l'infondata convinzione che non sia necessario attivare tutele private a favore di sé stessi, dei propri congiunti, dei propri beni, essendo sufficienti i servizi erogati dagli enti previdenziali nazionali, nonché dagli altri apparati dello Stato che intervengono in occasione delle calamità o delle sciagure collettive.

L'inadeguata informazione assicurativa concorre a generare anche nelle nuove generazioni un diffuso analfabetismo assicurativo che viene quasi giustificato, agli occhi dell'opinione pubblica, dalla generalizzata diffidenza verso il sistema assicurativo e finanziario costituito da banche e assicurazioni.

Soltanto gli agenti di assicurazione che vivono quotidianamente a fianco dei loro clienti e che ne conoscono la storia personale, possono sviluppare a loro favore una cultura assicurativa imperniata sul bisogno di sicurezza derivante dalla società reale.

L'agente iscritto allo Sna si impegna rispetto ai competitori non professionali, ad elevare il grado di consapevolezza del cliente, affinché esso possa apprezzare appieno il valore della consulenza professionale ricevuta.

L'agente iscritto allo Sna si impegna infine a svolgere un'opera informativa volta a sviluppare una più approfondita cultura della prevenzione, affinché gli assicurati siano spinti ad adottare comportamenti più virtuosi per essere meno esposti al rischio di accadimenti sinistrosi.

MUTUALITÀ E SOLIDARIETÀ

L'assicurazione ha come sostrato il principio mutualistico, ovvero il trasferimento del rischio individuale sulla collettività degli assicurati.

Gli agenti di assicurazione iscritti allo Sna, in virtù dell'omogenea copertura territoriale che sono in grado di attuare e dell'approccio inclusivo che contraddistingue la loro attività, si rendono pertanto professionalmente interpreti del bisogno di sicurezza proveniente da tutti i cittadini, compresi quelli appartenenti ai target meno profittevoli di clientela che, altrimenti, rischierebbero di essere estromessi dal mercato assicurativo soprattutto per le polizze obbligatorie.

La categoria degli agenti e nello specifico quelli che aderiscono allo Sna, non si limitano a gestire contratti assicurativi, essendo piuttosto impegnati, da protagonisti, anche nella fornitura e diffusione di servizi previdenziali integrativi a favore del consumatore.