

## **I 575 - RAS-GENERALI / IAMA CONSULTING**

*Provvedimento n. 13622*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 settembre 2004;

SENTITO il Relatore Professor Giuseppe Tesaurò;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Decreto del Presidente della Repubblica 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO l'atto della società Riunione Adriatica di Sicurtà S.p.A., pervenuto in data 16 giugno 2003, con il quale è stata comunicata un'intesa, ai sensi dell'articolo 13, della legge n. 287/90, con la società Iama Consulting S.r.l.;

VISTO l'atto della società Assicurazioni Generali S.p.A., pervenuto in data 31 luglio 2003, con il quale sono state comunicate due intese, ai sensi dell'articolo 13, della legge n. 287/90, con la società Iama Consulting S.r.l., anche per conto di alcune società del gruppo quali Alleanza Assicurazioni S.p.A., Generali Vita S.p.A. ed Ina Vita S.p.A.;

VISTA la propria delibera del 9 ottobre 2003, con la quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Riunione Adriatica di Sicurtà S.p.A., Assicurazioni Generali S.p.A., Alleanza Assicurazioni S.p.A., Generali Vita S.p.A., Ina Vita S.p.A. e Iama Consulting S.r.l., per presunta infrazione all'articolo 2 della stessa legge, in relazione alla stipula di due contratti concernenti: a) l'acquisto di una banca dati, denominata Aequos, concernente prodotti assicurativi vita, e, b) l'acquisto di un servizio di consulenza, denominato "Analisi competitiva del mercato vita e previdenza", concernente prodotti assicurativi vita e previdenza, entrambi forniti dalla società Iama Consulting S.r.l.;

VISTA la successiva delibera del 14 gennaio 2004, con la quale è stato soggettivamente esteso il procedimento anche nei confronti delle società Banco Popolare di Verona e Novara Scarl, Capitalia S.p.A., Fideuram Vita S.p.A., Intesa Vita S.p.A., Mediolanum Vita S.p.A., Montepaschi Vita S.p.A., Nazionale Nederlanden Levensverzekering Maatschappij N.V., San Paolo Imi Wealth Management S.p.A. e Winterthur Vita S.p.A., in relazione alla stipula del contratto avente ad oggetto la banca dati denominata Aequos;

SENTITI in audizione i rappresentanti di Iama Consulting S.r.l., in data 20 gennaio 2004; di Riunione Adriatica di Sicurtà S.p.A., in data 28 gennaio 2004; di Assicurazioni Generali S.p.A. e delle imprese del gruppo, in data 16 febbraio 2004; di Montepaschi Vita S.p.A., in data 25 marzo 2004; di Capitalia S.p.A., in data 26 marzo 2004; di San Paolo Imi Wealth Management S.p.A., in data 30 marzo 2004; di Banco Popolare di Verona e Novara Scarl, in data 31 marzo 2004, di Mediolanum Vita S.p.A., in data 8 aprile 2004;

SENTITE altresì in audizione la società di consulenza Prometeia S.r.l., in data 9 febbraio 2004, nonché l'Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici, in data 7 aprile 2004;

VISTE le richieste di informazioni inviate alla Covip, a Mefop, in data 21 novembre 2003, ad Assogestioni e ad Assoreti, in data 28 novembre 2003, nonché a Bluerating, in data 13 febbraio 2004;

VISTE le memorie depositate da Iama Consulting S.r.l., rispettivamente in data 5 febbraio 2004 e 22 luglio 2004; da Riunione Adriatica di Sicurtà in data 17 maggio 2004 ed in data 22 luglio 2004; da Assicurazioni Generali S.p.A. e dalle imprese del gruppo, in data 14 maggio 2004 e 22 luglio 2004; da Banco Popolare di Verona e Novara Scarl in data 14 maggio 2004 e 22 luglio 2004; da Capitalia S.p.A. in data 22 luglio 2004; da Fideuram Vita S.p.A. in data 22 luglio 2004; da Mediolanum Vita S.p.A., in data 20 maggio 2004 e 22 luglio 2004; da MontePaschi Vita S.p.A., in data 23 marzo 2004 ed in data 22 luglio 2004; da Nazionale Nederlanden Levensverzekering Maatschappij N.V., in data 22 luglio 2004; da San Paolo Imi Wealth Management S.p.A., in data 23 aprile 2004 e in data 22 luglio 2004; da Winterthur Vita S.p.A., in data 21 maggio 2004 e 22 luglio 2004;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie inviata in data 24 giugno 2004;

SENTITI in audizione finale innanzi al Collegio, in data 27 luglio 2004, i legali rappresentanti delle società Riunione Adriatica di Sicurtà S.p.A., Assicurazioni Generali S.p.A., Alleanza Assicurazioni S.p.A., Generali Vita S.p.A., Ina Vita S.p.A., Iama Consulting S.r.l., Banco Popolare di Verona e Novara Scarl, Capitalia S.p.A., Fideuram Vita S.p.A., Intesa Vita S.p.A., Mediolanum Vita S.p.A., Montepaschi Vita S.p.A., Nazionale Nederlanden Levensverzekering Maatschappij N.V., San Paolo Imi Wealth Management S.p.A. e Winterthur Vita S.p.A.;

VISTO il parere dell'Isvap pervenuto in data 10 settembre 2004;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

## I. PREMESSA

1. La presente istruttoria trae origine da due comunicazioni volontarie di intesa effettuate, in data 16 giugno e 31 luglio 2003, rispettivamente da Riunione Adriatica di Sicurtà S.p.A. (di seguito Ras) e da Assicurazioni Generali S.p.A. (di seguito Generali), anche per conto di talune società del gruppo e, segnatamente, Generali Vita S.p.A. (di seguito Generali Vita), Alleanza Assicurazioni S.p.A. (di seguito Alleanza) e Ina Vita S.p.A. (di seguito Ina).

Le due comunicazioni avevano ad oggetto l'acquisto di una banca dati concernente prodotti assicurativi vita e previdenziali, forniti dalla società di consulenza Iama Consulting S.r.l. (di seguito Iama) denominata "Aequos"; la comunicazione effettuata da Generali aveva inoltre ad oggetto un servizio "personalizzato", sempre offerto da Iama, denominato "Analisi competitiva mercato vita e previdenza".

### a) Le intese comunicate

2. Aequos, secondo quanto contenuto nella brochure allegata al contratto sottoscritto da Ras contiene informazioni sui: "prodotti di investimento e risparmio assicurativo..., prodotti pensionistici...e più avanti prodotti bancari (mutui, carte di credito, ...), fondi comuni e sicav, prodotti assicurativi danni (danni alla persona, danni a cose, ...)".

3. Aequos è un database realizzato facendo ricorso ad un software fornito in licenza a Iama dalla società britannica Defaqto. I rilasci di Aequos sarebbero effettuati con cadenza trimestrale.

In Aequos i dati di ciascun prodotto assicurativo sono presentati secondo un set di caratteristiche, riassunte in modo sintetico in fogli simili a quelli Excel. Cliccando sul nome di ciascun prodotto è possibile accedere ad una brochure che riporta in forma estesa tutte le caratteristiche del prodotto. Tali caratteristiche riguardano: il nominativo dell'impresa di assicurazione, il collocatore del prodotto (canale distributivo); le condizioni di adesione (età, premio minimo, ecc.); le modalità di versamento dei premi; i costi per il cliente; le caratteristiche degli investimenti finanziari collegati al contratto; la regolamentazione dell'estinzione anticipata del contratto; le modalità di erogazione delle prestazioni principali ed opzionali e le caratteristiche delle eventuali garanzie opzionali. In sostanza, attraverso Aequos, è possibile conoscere tutte le voci relative alle caratteristiche dei diversi prodotti assicurativi che, come sarà illustrato in seguito, vengono di regola fornite dalle imprese ai consumatori.

4. Aequos, inoltre, è uno strumento abbastanza flessibile per gli utenti. Infatti, questi ultimi possono visualizzare contemporaneamente fino a 4 brochure di prodotti differenti; possono ordinare la presentazione sintetica dei prodotti secondo le caratteristiche ritenute più rilevanti e, infine, possono selezionare i prodotti che presentano determinate caratteristiche (ad esempio, una durata superiore a 20 anni senza costi di ingresso).

Infine, attraverso Aequos è possibile effettuare analisi di benchmarking, una delle quali, peraltro assai semplice, è già offerta da Iama. In particolare, per alcune variabili, di tipo qualitativo o quantitativo, Iama assegna un punteggio compreso tra 1 e 5, sulla base del criterio della maggiore soddisfazione delle esigenze del cliente. A mero titolo esemplificativo, considerando i prodotti tradizionali e la voce "spese di ingresso", per un premio di 5.000 Euro è assegnato un punteggio pari a 5 ai prodotti che non prevedono tali spese, punteggio via via decrescente fino ad 1 per i prodotti che hanno una spesa di ingresso crescente fino al 6,5%. Un punteggio pari a 0 viene invece assegnato ai prodotti per i quali non risulta disponibile il dato.

Il benchmarking è il risultato della somma dei punteggi corrispondenti alle voci dei diversi prodotti che l'utente intende selezionare (così Aequos permette di effettuare un benchmarking su tutte le caratteristiche dei diversi prodotti ovvero solo su alcune caratteristiche degli stessi, quali ad esempio, la durata e l'età massima di sottoscrizione). Il prodotto che presenta il punteggio maggiore è quello che, sulla base delle caratteristiche selezionate, è più idoneo a soddisfare le esigenze della clientela.

5. Secondo quanto dichiarato da Ras nella comunicazione volontaria di intesa, "l'acquisto del prodotto comporta l'esternalizzazione della raccolta e dell'elaborazione di dati esclusivamente pubblici, raccolti sul mercato autonomamente da Iama"<sup>1</sup>. Per conoscere tutte le novità del settore Iama utilizzerebbe, inoltre, secondo quanto emerge dal paragrafo 8 delle scritture private siglate tanto da Ras quanto da Generali, tutti i mezzi pubblici a disposizione (quotidiani, riviste specializzate, pubblicità, incontri istituzionali, ...) <sup>2</sup>. Infine, secondo Generali, un dato che non è presente nella documentazione contrattuale non viene inserito in Aequos<sup>3</sup>.

6. Entrambe le scritture private relative all'acquisto del citato database hanno durata annuale e sono insuscettibili di tacito rinnovo. Mentre Generali ha indicato di avere già acquistato tale prodotto, Ras ha sospensivamente condizionato il contratto di acquisto relativo ad Aequos, così come risulta dalla comunicazione volontaria di intesa del 16 giugno 2003.

7. La sola Generali ha comunicato l'acquisto di un ulteriore servizio, denominato "Analisi competitiva del mercato vita e previdenza". Secondo quanto comunicato da Generali si tratta di un servizio personalizzato, prodotto con cadenza trimestrale, nel quale Iama confronterebbe le performance delle imprese del gruppo Generali con quelle medie di mercato, attraverso la predisposizione di reports, discussi nel corso di apposite riunioni da tenersi con cadenza trimestrale.

---

<sup>1</sup> [Cfr. doc. 1.]

<sup>2</sup> [Cfr. doc. 2 e 7.]

<sup>3</sup> [Cfr. doc. 6.]

8. Secondo quanto contenuto nella scrittura privata intercorrente tra Iama e Generali i dati verrebbero forniti attingendo alle fonti pubbliche di seguito indicate: rapporti trimestrali Isvap; rapporti e pubblicazioni Ania; rapporti mensili Assoreti e Assogestioni; rapporti trimestrali Covip e Mefop; comunicati stampa delle società operanti nel settore; presentazioni agli analisti finanziari da parte di società quotate; rapporti e studi delle banche d'affari; bilanci annuali e semestrali dei vari competitors; pubblicazioni, banche dati, informative su vari mercati CE.

9. Anche per tale servizio la durata del contratto è annuale e non è previsto il tacito rinnovo.

#### **b) L'attività istruttoria**

10. L'Autorità, in data 9 ottobre 2003, ha deliberato l'avvio di un procedimento istruttorio, ai sensi degli articoli 2 e 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle imprese che hanno notificato i due accordi, ritenendo che le informazioni contenute nei servizi forniti da Iama - in ragione della loro natura sensibile, periodicità e apparente complessità - avrebbero potuto facilitare forme di coordinamento orizzontale tra gruppi assicurativi.

11. In data 14 ottobre 2003 sono stati effettuati accertamenti ispettivi presso le sedi delle imprese parti del procedimento, nonché presso le sedi di ulteriori due imprese di assicurazione, Commercial Union Vita S.p.A. (di seguito CU) e Compagnia Assicuratrice Unipol S.p.A. (di seguito Unipol).

12. Poiché dalla documentazione acquisita nel corso delle ispezioni è emerso che il database Aequos era già acquistato, oltre che da Generali, anche da ulteriori nove imprese, in data 14 gennaio 2004, l'Autorità ha deliberato di estendere l'istruttoria nei confronti di Banco Popolare di Verona e Novara Scarl (di seguito BPVN), Capitalia S.p.A. (di seguito Capitalia), Fideuram Vita S.p.A. (di seguito Fideuram), Intesa Vita S.p.A. (di seguito Intesa), Mediolanum Vita S.p.A. (di seguito Mediolanum), Montepaschi Vita S.p.A. (di seguito MPV), Nationale Nederlanden Levensverzekering Maatschappij N.V. (di seguito Nat/Ned), San Paolo Imi Wealth Management S.p.A. (di seguito SPWM) e Winterthur Vita S.p.A. (di seguito Winterthur).

13. In data 16 gennaio 2004 sono stati effettuati ulteriori accertamenti ispettivi presso la maggioranza delle imprese destinatarie del provvedimento di estensione. Inoltre, in data 13 febbraio 2004, sono stati effettuati accertamenti ispettivi presso la sede romana e milanese dell'Ania – Associazione Nazionale fra le imprese assicuratrici – allo scopo di acquisire ulteriori informazioni circa il contesto complessivo nel quale si inseriscono i prodotti offerti da Iama<sup>4</sup>.

14. Nel corso del procedimento sono state ascoltate in audizione: Iama, in data 20 gennaio 2004; Ras, in data 28 gennaio 2004; Generali e le imprese del gruppo, in data 16 febbraio 2004; MPV, in data 25 marzo 2004; Capitalia, in data 26 marzo 2004; SPWM, in data 30 marzo 2004; BPVN, in data 31 marzo 2004, nonché Mediolanum, in data 8 aprile 2004. Non hanno, invece, esercitato il diritto di essere sentite in audizione, nel corso del procedimento, Winterthur e Nat/Ned<sup>5</sup>.

15. Inoltre, sono stati sentiti in audizione, in data 9 febbraio 2004, la società di consulenza Prometeia che, dagli elementi documentali acquisiti nel corso delle ispezioni risultava promotrice di un database, denominato MIV, con caratteristiche simili a quelle di Aequos, e, in data 7 aprile 2004, l'Ania.

16. Al fine di fruire di un quadro completo delle rilevazioni statistiche disponibili nel settore assicurativo vita ed in quello, contiguo, del risparmio gestito, in data 21 e 28 novembre 2003, sono state inoltrate richieste di informazioni alla Covip, a Mefop, ad Assogestioni e ad Assoreti, nonché, in data 13 febbraio 2004, è stata inviata una richiesta di informazioni a Bluerating, società che pubblicizza sul proprio sito un database, denominato "Bluedatabase", in cui risultavano censite anche le polizze assicurative unit-linked.

17. Tutte le parti destinatarie dei provvedimenti di avvio e di estensione del presente procedimento hanno inoltre rappresentato di aver provveduto a sospendere la fornitura di Aequos ovvero a recedere dal contratto relativo a tale servizio, ed hanno altresì chiesto a Iama di procedere, laddove installato, alla rimozione del software messo loro a disposizione, impegnandosi, *medio tempore*, a non farne utilizzo, ad eccezione di Ras, che non ha mai ricevuto il database. Inoltre, Intesa ha manifestato di non avere mai acquistato Aequos, e di aver soltanto ricevuto in prova il prodotto nel mese di settembre 2003<sup>6</sup>.

18. In data 24 giugno 2004 è stata inviata alle parti la Comunicazione delle Risultanze istruttorie. A seguito del ricevimento di detta Comunicazione, tutte le parti hanno esercitato il diritto di difesa, attraverso la produzione di ampie memorie ed allegati. L'esercizio del diritto di difesa è stato inoltre garantito alle parti anche con ripetuti accessi agli atti del procedimento.

19. Infine, all'audizione finale innanzi al Collegio, svoltasi in data 27 luglio 2004, hanno partecipato tutte le imprese destinatarie dei provvedimenti di avvio e di estensione del presente procedimento istruttorio.

---

<sup>4</sup> [Cfr., doc. nn. 688 e ss.]

<sup>5</sup> [Si segnala la peculiarità della posizione di Nat/Ned che pur avendo inizialmente richiesto di esser sentita in audizione, come risulta dagli atti del procedimento, tuttavia si è trovata nell'impossibilità oggettiva di esporre la propria posizione. Infatti, la citata società ha ceduto, con effetto dal 1 gennaio 2004 l'azienda assicurativa italiana ramo vita a CU, mentre il rappresentante legale è stato sostituito per il mero adempimento delle formalità necessarie alla liquidazione del ramo d'azienda ceduto. Cfr. doc. 778.]

<sup>6</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 325.]

## II. LE PARTI

**20.** Ras è una società, posta a capo dell'omonimo gruppo assicurativo italiano, autorizzata all'esercizio delle assicurazioni e della riassicurazione in tutti i rami. RAS è controllata direttamente da ACIF – Allianz Compagnia Italiana Finanziamenti S.p.A., a sua volta controllata dalla società di nazionalità tedesca Allianz AG. Quest'ultima, in Italia, detiene anche il controllo di Lloyd Adriatico S.p.A..

Nell'esercizio 2003, il gruppo Allianz ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto superiore ai 14 miliardi di euro.

**21.** Generali è la capogruppo dell'omonimo gruppo assicurativo, attivo in Italia in tutti i rami vita e danni.

Nell'esercizio 2003, il gruppo Generali ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto di oltre 19 miliardi di euro.

**22.** Alleanza, Generali Vita e Ina sono società, appartenenti al gruppo assicurativo Generali, attive in tutti i rami vita.

Nell'esercizio 2003, Alleanza ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto superiore a 3 miliardi di euro; Ina ha realizzato una raccolta premi pari a 3 miliardi di euro e Generali Vita ha realizzato una raccolta premi pari a 2,9 miliardi di euro.

**23.** Iama è una società di consulenza che si occupa di ricerca e selezione del personale; ricerche e consulenze di marketing a favore di banche, compagnie di assicurazione, Sim, banche d'affari italiane e internazionali; consulenze organizzative nel campo delle risorse umane e di formazione commerciale.

Nell'esercizio 2002 Iama ha realizzato un fatturato compreso tra i 2 ed i 12 milioni di Euro.

**24.** BPVN è una società posta a capo dell'omonimo gruppo bancario, attiva nella raccolta del risparmio e nell'esercizio del credito. La società distribuisce prodotti assicurativi di BPV, joint venture tra società Cattolica di Assicurazioni Scarl e BPVN.

Nell'esercizio 2003, il fatturato realizzato in Italia da BPVN, da considerare ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 (un decimo del totale dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), è risultato inferiore a 3 miliardi di euro.

**25.** Capitalia è la capogruppo dell'omonimo gruppo bancario attivo nei mercati dell'attività bancaria, del risparmio gestito, dei servizi di finanza aziendale, della negoziazione di valori mobiliari, del *leasing*, del *factoring* e delle assicurazioni vita. Capitalia controlla indirettamente Fineco Vita S.p.A., società nata nel 2003 dalla fusione per incorporazione di Roma Vita S.p.A. in Cisalpina Previdenza S.p.A..

Nel giugno 2003, il fatturato realizzato in Italia da Capitalia, da considerare ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 (un decimo del totale dell'attivo dello stato patrimoniale, esclusi i conti d'ordine), è risultato superiore a 10 miliardi di euro.

**26.** Fideuram è una società, appartenente al gruppo San Paolo IMI, attiva nei rami assicurativi vita I, III e V.

Nell'esercizio 2003, Fideuram ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto superiore a 2 miliardi di euro.

**27.** Intesa è una società del gruppo Generali, attiva nei rami assicurativi I, III e V.

Nell'esercizio 2003, Intesa ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro pari a 3,5 miliardi di euro.

**28.** Mediolanum è una società appartenente all'omonimo gruppo, attiva nei rami assicurativi vita I, III, V e VI.

Nell'esercizio 2003, Mediolanum ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto pari a circa 2 miliardi di Euro.

**29.** MPV è una società appartenente al gruppo bancario Montepaschi Siena, attiva nei rami assicurativi vita I, III, V e VI.

Nell'esercizio 2003, MPV ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto superiore a 2,3 miliardi di Euro.

**30.** Nat/Ned è una società di nazionalità olandese appartenente al gruppo ING, attiva nel settore dell'assicurazione vita. In Italia Nat/Ned operava attraverso la propria rappresentanza generale, recentemente acquisita da CU<sup>7</sup>.

Il fatturato realizzato da Nat/Ned mediante la propria rappresentanza in Italia, nel 2003, calcolato ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, è stato di circa 100 milioni di euro.

---

<sup>7</sup> [Cfr., provvedimento AGCM n. 12473 del 2 ottobre 2003, C/6048, Commercial Union Vita/Ramo di azienda di Nationale Nederlanden Levensverzekering N. V.]

**31.** SPWM è una società appartenente al gruppo Sanpaolo IMI. Il gruppo San Paolo controlla, oltre a Fideuram, San Paolo Vita S.p.A., società attiva nei rami assicurativi I, III e V.

Il fatturato complessivo realizzato da Sanpaolo IMI nel 2003, calcolato ai sensi dell'articolo 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, è stato superiore ai 20 miliardi di euro. San Paolo Vita S.p.A., nel medesimo esercizio ha realizzato una raccolta premi da lavoro diretto superiore a 4,5 miliardi di Euro.

**32.** Winterthur è una società controllata dal gruppo Unipol<sup>8</sup>, attiva nei rami vita I, III, V e VI.

Nell'esercizio 2003, Winterthur ha realizzato in Italia una raccolta premi per lavoro diretto superiore ad 1 miliardo di Euro, mentre il gruppo Unipol, in Italia ha registrato una raccolta premi per lavoro diretto superiore a 8,5 miliardi di euro.

### III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

#### a) Il quadro normativo di riferimento

##### a.1) Il Regolamento di esenzione comunitario

**33.** E' ormai pacifica, secondo il consolidato orientamento della Corte di Giustizia della CE, l'applicazione delle regole di concorrenza anche al settore assicurativo<sup>9</sup>. Tuttavia, nell'applicazione di tali regole, occorre tener conto delle specificità del settore, ed in particolare, nel caso in esame, occorre tener conto della pertinente normativa comunitaria in materia di scambi di informazioni.

Giova ricordare che, sotto tale ultimo profilo, nel corso del tempo, la Commissione ha adottato due Regolamenti di esenzione per categoria: uno, nel dicembre del 1992<sup>10</sup>, in attuazione del Regolamento del Consiglio n. 1534/91, del 1991<sup>11</sup>; l'altro, n. 358/2003, che innova e sostituisce quello del dicembre del 1992<sup>12</sup>.

**34.** In particolare, l'articolo 1, paragrafo 1, del Regolamento CE n. 358/2003 da ultimo citato, così dispone: "Conformemente all'articolo 81, paragrafo 3, del trattato, l'articolo 81, paragrafo 1, è dichiarato inapplicabile, alle condizioni previste nel presente regolamento, agli accordi conclusi tra due o più imprese nel settore delle assicurazioni per quanto riguarda:

a) l'elaborazione e la diffusione in comune di:

*calcoli del costo medio della copertura di un determinato rischio in passato, ai fini delle assicurazioni che comportano un elemento di capitalizzazione, tavole di mortalità e tavole di frequenza delle malattie, degli infortuni e delle invalidità".*

**35.** La *ratio* dell'esenzione delle forme di collaborazione tra imprese sub a) è da ravvisare nella circostanza che esse rendono possibili una migliore conoscenza dei rischi ed una più agevole valutazione degli stessi da parte delle singole compagnie e facilitano l'ingresso nel mercato di nuovi operatori, con conseguente beneficio per i singoli consumatori<sup>13</sup>.

**36.** Il successivo articolo 3, del Regolamento, così recita: "L'esenzione di cui all'articolo 1, lettera a), si applica a condizione che i calcoli e le tavole:....non includano in alcun modo i carichi di sicurezza, i redditi derivanti dalle riserve, le spese amministrative o commerciali o i tributi fiscali o parafiscali, e non tengano conto né dei proventi di investimenti né degli utili previsti", nonché "a condizione che i calcoli, le tavole o i risultati degli studi: non individuino le imprese di assicurazione interessate o gli assicurati".

**37.** In altri termini, dal combinato disposto degli articoli 1 e 3 del Regolamento, si evince che la raccolta in comune di dati, statistiche, ecc. sul mercato assicurativo non rientra nel campo di applicazione del Regolamento comunitario, quando la collaborazione riguarda i premi commerciali. In questo senso, il 10° considerando del Regolamento citato, espressamente dispone: "*è pertanto opportuno disporre che gli accordi riguardanti i premi commerciali non siano esentati*".

##### a.2) La normativa italiana

**38.** Le principali disposizioni in materia di assicurazione diretta sulla vita sono attualmente contenute nel Decreto Legislativo n. 174, del 17 marzo 1995 (di seguito Decreto)<sup>14</sup>, che recepisce, nell'ordinamento interno, i principi enunciati dalla Direttiva 92/96/CEE del Consiglio, del 10 novembre 1992 (cd. terza direttiva assicurazione vita)<sup>15</sup>.

<sup>8</sup> [Cfr., provvedimento AGCM n. 12440, del 25 settembre 2003, C/5966, Compagnia Assicuratrice Unipol/Winterthur Assicurazioni, Winterthur Vita, Winterthur Italia Holding, Winterthur Sim, Newwin Assicurazioni.]

<sup>9</sup> [Cfr., al riguardo, per tutte, sentenza della Corte di Giustizia della CE, del 27 gennaio 1987, in causa 45/85, Verband der Sachverischer e.v./Commissione delle Comunità Europee.]

<sup>10</sup> [Regolamento CEE della Commissione n. 3932/92, del 21 dicembre 1992, in GUCE, L 398 del 31 dicembre 1992.]

<sup>11</sup> [Regolamento CEE del Consiglio n. 1534/91, del 31 maggio 1991, in GUCE, L 143, del 7 giugno 1991.]

<sup>12</sup> [Regolamento CE della Commissione n. 358/2003, del 27 febbraio 2003, in GUCE, L 53, del 28 febbraio 2003.]

<sup>13</sup> [In questo senso, si veda il 10° considerando del Regolamento CE n. 358/2003, cit.]

<sup>14</sup> [In GURI del 18 maggio 1995, S.O. n. 114.]

**39.** Tra le disposizioni rilevanti del Decreto si segnalano, in questa sede, quelle relative agli ambiti soggettivi ed oggettivi di applicazione dello stesso, quelle afferenti le funzioni di vigilanza dell'ISVAP con particolare riferimento ai contratti assicurativi, nonché quelle concernenti l'informativa da rendere ai contraenti.

**40.** Sotto il profilo soggettivo, il Decreto si applica a tutte le imprese esercenti attività assicurativa nel territorio della Repubblica (ovvero aventi sede legale in Italia, o operanti in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi); da un punto di vista oggettivo, invece, esso comprende le diverse tipologie di polizze - classificate in sei differenti rami dall'Allegato I<sup>16</sup> - stipulate con una compagnia di assicurazione, allo scopo di garantire all'assicurato il conseguimento di un capitale o di una rendita al verificarsi di un determinato evento ovvero alla scadenza di un termine prefissato.

**41.** L'articolo 109, comma 1, prescrive alle imprese di assicurazione l'obbligo di comunicare al contraente, nella fase pre-contrattuale, una pluralità di informazioni desumibili dall'allegato II del Decreto<sup>17</sup>. In particolare, in virtù di tale disposizione, le compagnie di assicurazione devono fornire ai propri clienti, prima della conclusione del contratto un prospetto, denominato nota informativa, contenente informazioni sulle principali caratteristiche della polizza che intendono vendere.

**42.** Preme infine ricordare l'articolo 109, comma 4, del Decreto, nel quale è espressamente previsto che "l'ISVAP può prescrivere alle imprese di fornire informazioni supplementari rispetto a quelle elencate nell'allegato II, qualora ciò risulti necessario alla piena comprensione degli elementi essenziali del contratto da parte del contraente".

### *a.3) Le circolari Isvap*

**43.** In forza dei poteri attribuiti *ex lege* all'ISVAP, e in particolare, di quelli desumibili dall'articolo 109, comma 4, del Decreto citato, l'Autorità di vigilanza - per esigenze di stabilità del settore e di tutela delle imprese e degli utenti - ha emanato, nel corso del tempo, numerose circolari relative all'informativa sui prodotti assicurativi da rendere ai contraenti, i cui contenuti salienti sono di seguito illustrati.

**44.** Innanzitutto, appare utile ricordare la circolare Isvap del 19 giugno 1995, n. 249, recante "articolo 109 del Decreto Legislativo n. 174 del 17 marzo 1995: obblighi di informativa nei contratti di assicurazione sulla vita".

Nella citata circolare, l'organo di vigilanza ha stabilito che la nota informativa deve contenere soltanto un'indicazione di massima sul costo complessivo, attraverso l'individuazione di alcuni possibili scenari alternativi. Ciò, in quanto, secondo l'Isvap, l'informazione dettagliata sulle singole voci di costo, contenuta di regola nelle condizioni di polizza, appare di difficile lettura per i consumatori, che spesso non riescono ad attribuire l'esatto valore alle singole componenti<sup>18</sup>.

Ciò premesso, risulterebbe che il valore di ciascuna componente di costo sarebbe conoscibile al consumatore soltanto all'atto della sottoscrizione del contratto, a meno che lo stesso non abbia effettuato una specifica richiesta all'intermediario nella fase pre-contrattuale. Al momento della sottoscrizione del contratto le imprese devono fornire al cliente l'ulteriore documentazione rappresentata dalle condizioni di polizza e dalla proposta, in cui sono presenti tutti gli elementi costituenti il contratto.

Tuttavia, la documentazione raccolta nel corso del procedimento ha permesso di appurare che spesso le imprese forniscono congiuntamente, nello stesso fascicolo, la nota informativa e le condizioni di polizza dei singoli prodotti<sup>19</sup>. Ciò risulta in qualche modo incentivato dalla stessa Isvap che nella citata circolare, al paragrafo 7, ha dichiarato che al momento della sottoscrizione del contratto "*si sollecitano le imprese a privilegiare una soluzione che riunisca sotto il profilo del "packaging", nota informativa, condizioni di polizza e proposta, raggiungendo così la certezza della consegna di tutta la documentazione prevista*".

**45.** Con circolare del 12 febbraio 2001, n. 434/D, avente ad oggetto "caratteristiche contrattuali e nota informativa delle forme pensionistiche individuali attuate mediante contratti di assicurazione sulla vita", l'Isvap ha precisato che la

---

<sup>15</sup> [Vale sottolineare che il settore dell'assicurazione vita è stato disciplinato, a livello comunitario, da quattro direttive: la prima, 79/267/CEE, del 5 marzo 1979; la seconda, 90/619/CEE, dell'8 novembre 1990; la terza, 92/96/CEE del 10 novembre 1992, pubblicata in GUCE, L360, del 9 dicembre 1992, nonché la quarta, 2002/83/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 5 novembre 2002, pubblicata in GUCE, L345, del 5 novembre 2002, non ancora recepita in Italia, ma destinata a sostituire le precedenti.]

<sup>16</sup> [Per la classificazione dei prodotti assicurativa si rimanda alla parte relativa al mercato rilevante.]

<sup>17</sup> [Vale ricordare, che l'allegato II, lettera A) del Decreto, rubricato "Informazioni precontrattuali" suddivide le informazioni da rendere al contraente in "informazioni relative all'impresa" ed "informazioni relative al contratto". Tra queste ultime, in particolare, sono previste: "la definizione di ciascuna garanzia ed opzione; la durata del contratto; la modalità e durata di versamento dei premi; l'indicazione del valore di riscatto e del valore interamente pagato, nonché della natura delle relative garanzie; le informazioni sui premi relativi a ciascuna garanzia, principale o complementare, qualora siffatte informazioni risultino appropriate; l'elenco dei valori di riferimento utilizzati (unità di conto) nei contratti a capitale variabile; l'indicazione sulla natura delle attività a copertura delle obbligazioni nei contratti a capitale variabile; le modalità dell'esercizio del diritto di recesso; le indicazioni generali relative al regime fiscale applicabile al contratto; ..... le misure e le modalità di eventuali sconti".]

<sup>18</sup> [Al riguardo si osserva che, alla lettera r) della citata circolare, è indicato: "questo Istituto ritiene che la complessità del prodotto assicurativo vita, alla cui costruzione concorrono molteplici elementi tecnici (componenti di rischio, caricamento di tariffa, misura dell'aliquota di retrocessione, metodologia applicata nella determinazione del rendimento della gestione separata retrocesso, metodologia applicata nella rivalutazione del capitale assicurato...), renda preferibile illustrare al contraente il risultato complessivo dell'operazione tramite l'indicazione delle prevedibili prestazioni a scadenza. Tale soluzione,....., consente infatti una valutazione globale del rapporto assicurativo e quindi anche una corretta comparazione con prodotti assicurativi analoghi distribuiti da imprese concorrenti".]

<sup>19</sup> [Al riguardo si deve anche notare che alcune imprese pubblicano le condizioni di polizza sul proprio sito, rendendo le stesse facilmente accessibili a chiunque. ]

nota informativa deve essere redatta sulla base delle regole di trasparenza e chiarezza già dettate con circolare n. 249/95, in quanto compatibili<sup>20</sup>.

Con particolare riferimento al prezzo, la citata circolare specifica che, nella nota informativa, devono essere indicati tutti i caricamenti, le commissioni di gestione, i costi di trasferimento verso altre forme di previdenza complementare, nonché ogni altro onere addebitabile all'assicurato<sup>21</sup>.

**46.** Con successive circolari del 24 luglio 2001, n. 451/D, e del 21 febbraio 2002, n. 474/D, aventi ad oggetto rispettivamente, *"polizze con prestazioni direttamente collegate ad un indice azionario o altro valore di riferimento (articolo 30, comma 2, del Decreto Legislativo 17 marzo 1995, n. 174)"* (di seguito circolare sulle index-linked), e *"contratti di cui all'articolo 30, comma 1, del Decreto Legislativo 17 marzo 1995 n. 174: disciplina dei prodotti assicurativi collegati a fondi interni o a OICR"* (di seguito circolare sulle unit-linked), l'Isvap, al fine di garantire una maggiore trasparenza nella presentazione delle prospettive di rendimento e dei rischi associati alla stipulazione di tali polizze, ha introdotto *"uno schema fisso di nota informativa cui le imprese dovranno attenersi, avendo cura di predisporre documenti atti, in concreto, a fornire una corretta e trasparente informativa alla clientela"*.

Con particolare riferimento ai costi delle polizze unit-linked ed index-linked, l'organo di vigilanza ha imposto alle imprese di assicurazione di indicare, nella nota informativa, tutti i costi gravanti sul contratto<sup>22</sup>.

**47.** Inoltre, considerata la particolare rilevanza che assume in Italia la distribuzione di polizze tramite canali bancari e Sim, si ritiene opportuno, in questa sede, richiamare anche il contenuto della circolare Isvap del 29 marzo 1995, n. 241, avente ad oggetto: *"distribuzione di polizze assicurative tramite sportelli bancari"*.

Nella citata circolare, l'organo di vigilanza ha definitivamente ritenuto legittimo il collocamento di prodotti assicurativi attraverso operatori diversi da quelli istituzionalmente preposti in via principale allo svolgimento dell'attività di intermediazione (imprese, agenti e brokers), purché tali prodotti siano *"standardizzati"* e sussista *"a monte"* un impegno contrattuale assunto con un agente, o un broker, oppure con un'impresa che così risponda, ex articoli 1228 e 2049 c.c., dell'operato di tali canali *"alternativi o "integrativi"*.

La citata circolare, infine, precisa che si assume *"come standardizzato il prodotto al quale accedano garanzie o clausole non modificabili da parte del dipendente dell'ente creditizio"*<sup>23</sup>.

**48.** Da ultimo, con circolare del 4 giugno 2004, n. 533/D, avente ad oggetto: *"distribuzione di polizze di assicurazione, incasso dei premi e pubblicità dei prodotti assicurativi"*, l'Isvap, al fine di istituire regole di comportamento e specifiche cautele da osservare in occasione della pubblicità dei prodotti assicurativi, ha disposto che le imprese di assicurazione pubblichino sul proprio sito internet nota informativa e condizioni di polizza di tutti i prodotti assicurativi vita, successivamente alla loro commercializzazione.

In particolare, l'articolo 3 della citata circolare, rubricato *"Informazioni sul sito internet"* così dispone: *"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 (malattie ed infortuni), 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.*

*Il sito internet, a regime, è aggiornato tempestivamente e fornisce immediata evidenza dei cambiamenti nel frattempo intervenuti.*

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".

L'articolo 9 della citata circolare dispone che essa è destinata ad entrare in vigore il 1° ottobre 2004.

---

<sup>20</sup> [Si veda il paragrafo 3 della citata circolare.]

<sup>21</sup> [In particolare nella citata circolare l'Isvap impone alle imprese di indicare, nella fase precontrattuale "i caricamenti presenti in ciascun premio versato, espressi in valore percentuale e/o assoluto, le commissioni di gestione, definite in termini di prelievo dall'importo accumulato e/o in termini di rendimento trattenuto, i costi di trasferimento verso altre forme di previdenza complementare ed ogni altro eventuale onere addebitabile all'assicurato chiarendo gli effetti sulla redditività dell'atto previdenziale esercitato dai caricamenti e dalle commissioni di gestione detratte ogni anno nell'ipotesi in cui il contraente eserciti il diritto di riscatto o di trasferimento della posizione pensionistica presso altra forma di previdenza complementare". Infine, "nell'ipotesi in cui l'impresa intenda riversare sul premio iniziale oneri di ammontare superiore al prelievo effettuato in misura costante sui premi successivi, tale soluzione dovrà essere rappresentata separatamente".]

<sup>22</sup> [In particolare, per le polizze unit-linked, le imprese, secondo l'Isvap sono tenute ad "indicare tutti i costi gravanti sul contratto, dando indicazione del caricamento, inteso quale parte del premio trattenuta dall'impresa per far fronte agli oneri di acquisizione e di gestione del contratto, e di ogni eventuale altro onere, anche implicito, che possa incidere sulla redditività della polizza sia alla stipulazione del contratto che durante la vita contrattuale". Analogamente, per le index-linked, le imprese di assicurazione devono indicare "tutti i costi, espressi in importo determinato o in termini percentuali, gravanti sul contratto (ad esempio: caricamento inteso come parte del premio dovuto che è trattenuta dall'impresa per far fronte ai costi per oneri di acquisto, di incasso e di amministrazione; costi di trasferimento tra fondi o comparti; costi per la conversione dei premi in quote e di quote in somme da erogare, ecc....). In caso di rateizzazione dei premi annui, indicare gli eventuali costi di frazionamento a carico del contraente".]

<sup>23</sup> [Cfr., al riguardo, paragrafo 4 della circolare Isvap n. 241/95, cit.]

Vale osservare che il disposto dell'articolo 3 della citata circolare appare introdurre una distinzione tra gli "obblighi" di pubblicità incombenti sulle imprese di assicurazione per i prodotti non ancora commercializzati, ovvero per quelli già immessi sul mercato. Infatti, nel primo caso, a far data dal 1° ottobre 2004, le imprese dovranno pubblicare sul sito internet la pertinente documentazione contrattuale, unitamente all'articolazione della propria rete distributiva, mentre nel secondo, avranno tempo un anno dalla data di entrata in vigore della citata circolare, per integrare il proprio sito internet.

#### **b) L'attività di Lama**

**49.** La documentazione acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi ha evidenziato che Lama è una società di consulenza che si occupa di ricerca e selezione del personale; ricerche e consulenze di marketing a favore di compagnie di assicurazione, banche, Sgr, Sim, banche d'affari italiane e internazionali, nonché di consulenza organizzativa nel campo delle risorse umane e di formazione commerciale.

**50.** Nel settore assicurativo vita, l'attività di Lama consiste, non solo nella fornitura dei servizi oggetto del procedimento istruttorio, ma anche nell'offerta di ulteriori servizi, alcuni individuali, quale quello offerto alle imprese del gruppo Generali, ed altri cd. multicient.

**51.** Di seguito vengono descritti i servizi offerti dalla società di consulenza. In particolare, ci si soffermerà sul database Aequos; verrà effettuato un confronto tra il citato database ed un prodotto commercializzato dalla società di consulenza Prometeia, avente anch'esso lo scopo di fornire informazioni sui prodotti assicurativi vita esistenti sul mercato; inoltre, si darà conto delle informazioni diffuse sul proprio sito dalla Financial Service Authority – di seguito FSA – fruitrice del medesimo software messo a disposizione da Defaqto. Infine, seguirà una descrizione dell'ulteriore servizio, oggetto di istruttoria, fornito da Lama alle imprese del gruppo Generali.

##### *b.1) Il database Aequos*

**52.** Aequos è un database che, secondo quanto comunicato dalle parti, è destinato a contenere informazioni su tutti i prodotti assicurativi vita presenti sul mercato. Il database è costruito su un software offerto a Lama, in licenza d'uso, dalla società britannica Defaqto, la quale offre il medesimo software ad altre società di consulenza attive in alcuni paesi comunitari (Olanda, Irlanda e Regno Unito)<sup>24</sup>. Tali società utilizzano il software per produrre database analoghi a quello offerto da Lama.

**53.** L'obiettivo perseguito da Lama è quello di offrire alle imprese un database che riporti le caratteristiche di tutti i prodotti assicurativi vita commercializzati. In questo senso, da un documento reperito presso la sede milanese di Lama inviato a Clerical Medical Europe, in data 7 marzo 2002, si legge: "Aequos è un software di analisi prodotti. E' stato disegnato per fornire informazioni di alta qualità, affidabili ed indipendenti ai competitors e intermediari del settore dei servizi finanziari"<sup>25</sup>.

**54.** Al 30 settembre u.s., secondo un confronto incrociato di due documenti acquisiti presso Lama, risultavano clienti di Aequos tutte le parti destinatarie del provvedimento di avvio e di estensione<sup>26</sup>.

I primi acquirenti di Aequos - secondo quanto affermato da Lama - agli inizi del 2001 erano due broker, Polizzalab e Fulcron. In merito, Lama ha successivamente precisato che ai citati brokers aveva fornito "un set di informazioni ridotto, che fosse esaustivo nella descrizione dei singoli prodotti, ma non troppo analitico/tecnico per l'utente finale, ovvero il "consumatore" di servizi assicurativi". Infine, il database offerto era basato su un supporto informatico, il Csv, diverso da quello utilizzato per Aequos<sup>27</sup>.

**55.** Giova rilevare che, dalla documentazione reperita nel corso degli accertamenti ispettivi, è emerso anche che, già prima dell'acquisizione di Winterhur, il gruppo Unipol, insieme a Zurigo e Toro, era intenzionato ad acquistare il servizio Aequos, a seguito di un'eventuale pronuncia favorevole dell'Autorità Garante sulle comunicazioni volontarie d'intesa effettuate da Ras e Generali<sup>28</sup>.

##### *Le modalità di acquisizione dei dati e la natura degli stessi*

**56.** In merito alle modalità di acquisizione dei dati da parte di Lama, le risultanze istruttorie hanno permesso di accertare che sono le imprese a fornire direttamente i documenti contrattuali alla citata società di consulenza.

---

<sup>24</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 612.]

<sup>25</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 88.]

<sup>26</sup> [Cfr. doc. nn. 13 e 65. Nel 2002, risultavano altresì acquirenti di Aequos anche Clerical Medical Europe e Norwich Union Int. Tuttavia, il procedimento non è stato esteso anche nei confronti di tali società, in quanto la prima aveva acquistato un "carnet" che le consentiva soltanto alcune consultazioni di Aequos presso la sede di Lama e la seconda, in data 18 dicembre 2002, aveva comunicato la disdetta dal contratto relativo ad Aequos, in ragione della sua uscita dal mercato italiano.]

<sup>27</sup> [Cfr. doc. n. 801.]

<sup>28</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 77. Dallo stesso documento emerge inoltre che tra gli ulteriori potenziali acquirenti di Aequos c'erano anche il gruppo Fondiaria-Sai, Bayerische ed il gruppo Reale Mutua.]



In particolare, risulta che lama contatta periodicamente diverse imprese di assicurazione per acquisire informazioni circa i prodotti immessi sul mercato o di cui si prevede il lancio e per ottenere, se del caso, la relativa documentazione contrattuale<sup>29</sup>.

Inoltre, l'invio diretto delle note informative a lama da parte delle imprese è stato confermato nei verbali di accertamento ispettivo da Ina<sup>30</sup> e da Fideuram<sup>31</sup> (sebbene tale ultima società abbia dichiarato che l'invio dei dati a lama non è sistematico), nonché in sede di audizione, in data 28 maggio 2004, dai rappresentanti di Ras<sup>32</sup>.

Ulteriori evidenze dell'invio di dati da parte delle imprese emergono da alcuni documenti acquisiti presso le sedi di Winterthur<sup>33</sup>, SPWM<sup>34</sup> e Intesa<sup>35</sup>.

A conferma che le informazioni contenute in Aequos vengono fornite direttamente dalle imprese di assicurazione, sono state acquisite lettere relative all'informativa sui prodotti inviate da alcune imprese. In particolare, si tratta di Quadrifoglio Vita S.p.A.<sup>36</sup>, Vittoria Assicurazioni S.p.A.<sup>37</sup>, SPWM<sup>38</sup>, Cattolica on line<sup>39</sup> e Arca Vita<sup>40</sup>.

**57.** La circostanza che siano le imprese di assicurazione ad inviare i dati a lama trova conferma anche in due appunti manoscritti reperiti presso la sede di Milano dell'Ania: uno, relativo ad una riunione svoltasi in data 28 gennaio 2003, con i rappresentanti di alcune imprese, nel quale si legge: *"i dati sono forniti dalle compagnie utenti anche se non è regolato contrattualmente"*; l'altro, su una bozza di contratto relativo ad Aequos siglato tra lama e MPV, nel quale si legge: *"N.B. i dati sono forniti dal sottoscrittore anche in assenza di accordo contrattuale"*<sup>41</sup>.

**58.** In un ulteriore documento reperito presso lama, poi, emerge un costante contatto con le imprese di assicurazione finalizzato alla verifica della completezza dei prodotti censiti. In particolare, con riferimento ad una telefonata effettuata con funzionari di SPWM, in data 8 settembre 2003, si legge: *"... per quanto riguarda il resto siamo aggiornati..."*. Con riferimento a BNL, da una telefonata effettuata in data 25 agosto 2003 si legge: *"l'archivio è completamente aggiornato...."*. In data 26 agosto 2003, i contenuti di una telefonata con Grow Life sono così sintetizzati: *"Al momento siamo aggiornati su tutto..."*<sup>42</sup>.

**59.** Due documenti reperiti presso la sede di lama confermano, altresì, il controllo finale delle informative sui prodotti da parte delle imprese di assicurazione.

Il primo dei due documenti consiste in una tabella relativa allo schema di revisione del contenuto dell'archivio polizze, da cui emerge un continuo monitoraggio dell'informativa sui prodotti da parte delle imprese, sia nella fase iniziale di inserimento del prodotto nel database, sia nella fase finale. La tabella risulta suddivisa in sette colonne, nell'ultima

---

<sup>29</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 21.]

<sup>30</sup> [Ina ha affermato "che, nel caso di Ina, tale sistema viene alimentato sulla base delle informazioni che la società lama chiede direttamente alla società telefonicamente in via periodica (1 o 2 volte al mese ca.). Tali informazioni riguardano il lancio di nuovi prodotti o eventuali restyling di prodotti già in commercio. Le informazioni inerenti i prodotti (nuovi e/o rivisitati) vengono tratte dalle note informative e condizioni di polizza. La società di assicurazione invia tali documenti tramite posta elettronica o via fax. Altre informazioni richieste riguardano i canali di vendita utilizzati e, per i prodotti che escono a tranche (ad esempio index linked), vengono richiesti la data di lancio, il periodo di raccolta ed il plafond di collocamento". Cfr., al riguardo, doc n. 122.]

<sup>31</sup> [Fideuram ha dichiarato: "non esiste alcun obbligo contrattuale per le imprese assicurative aderenti al panel Aequos, relativo alla fornitura di dati; nessun invio di tali dati viene pertanto effettuato in via sistematica e formale, anche se non è escluso che alcune informazioni vengano richieste da lama, per via telefonica ed in modo informale, direttamente alle imprese". Cfr., doc. n. 424.]

<sup>32</sup> [In particolare, in sede di audizione, in data 28 maggio 2004, i rappresentanti di Ras hanno dichiarato che alcuni dipendenti di Rasbank, con qualifiche non elevate sarebbero stati contattati sporadicamente da lama per ottenere informazioni sui prodotti e che, dunque, "non si può in linea di massima escludere che le informazioni fornite siano servite per implementare i dati contenuti in Aequos".]

<sup>33</sup> [In un documento relativo ai "referenti per la comunicazione da e verso lama" si evince che alcuni dipendenti della società sono stati incaricati ufficialmente della fornitura di dati a lama. Nel citato documento si legge: "Musacco (Marketing L&P) - fornisce periodicamente per posta i fascicoli delle note di prodotto in caso di emissione di un nuovo prodotto o di restyling di un prodotto già emesso". Cfr., al riguardo, doc n. 415.]

<sup>34</sup> [In una e-mail interna di SPWM, datata 22 ottobre 2003, si legge: "Ricordo che (da fonte lama, che comunque si può verificare), nessuno ha sospeso il flusso di informazioni a parte i diretti interessati ed Intesa Vita (nel cui capitale c'è Alleanza)". Cfr., al riguardo, doc .n. 472.]

<sup>35</sup> [Per quanto concerne il documento acquisito presso Intesa, relativo alle informazioni in uscita da Assiba (società ora fusa in Intesa) verso lama, si legge: "Invio della nota informativa dei nuovi prodotti collocati. Informazione fornita su richiesta di lama tramite telefono/e-mail. Assiba inviava, soprattutto tramite fattorino, il fascicolo stampato. Occasionalmente risultava più pratico inviare per e-mail la versione pdf... Le richieste di informazioni non avevano una cadenza precisa e probabilmente dipendevano da un'attività di lama di programmazione del lavoro/aggiornamento del database prodotti". Cfr., al riguardo, doc. n. 332.]

<sup>36</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 18.]

<sup>37</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 19.]

<sup>38</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 505.]

<sup>39</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 27.]

<sup>40</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 29.]

<sup>41</sup> [Cfr., al riguardo doc. nn. 726 e 727.]

<sup>42</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 73.]

delle quali, in relazione ad una casella corrispondente ad un consulente si legge "1. Telefonare a: Clerical; FATA; SanPaolo (Aiezza); 2. Prendere contatti con quelli del file"<sup>43</sup>.

Il secondo documento è un appunto manoscritto contenuto in un quaderno di una consulente, nel quale è riportato testualmente: "Elenco di compagnie a cui è stata inviata la scheda per controllo: Skandia, Alleanza, Carivita"<sup>44</sup>.

**60.** La circostanza che siano le stesse imprese ad inviare le condizioni contrattuali a lama, emerge, infine, in alcuni documenti reperiti presso Ras, dai quali si evincono le perplessità dell'impresa di assicurazione in merito, perplessità che hanno successivamente condotto l'impresa ad effettuare la comunicazione volontaria di intesa<sup>45</sup>. In particolare, da uno di tali documenti, nel quale si riportano gli esiti di un incontro relativo ad Aequos avvenuto con l'Amministratore Delegato di lama, si afferma quanto segue: "Nel corso dell'incontro è emerso che se:

*lama si procura le informazioni autonomamente facendo del mystery shopping e senza avere rapporti diretti con le compagnie;*

*le informazioni in esso contenute sono assolutamente a disposizione del pubblico;*

*non si organizza alcun incontro tra le compagnie aderenti all'offerta;*

*non è possibile ricostruire una tariffa grazie alle informazioni in esso contenute;*

*in linea teorica non ci dovrebbero essere problemi.*

L'Avv. Parenti, però, poiché lama non può garantire in modo assoluto il primo punto e neppure il quarto e poiché le compagnie di assicurazione sono in questo momento nell'occhio del ciclone, preferirebbe richiedere comunque il parere dell'Antitrust"<sup>46</sup>.

**61.** Sotto un diverso profilo, la documentazione agli atti testimonia come la stessa lama si sia posta il problema della valenza antitrust delle diverse modalità di raccolta delle informazioni contenute in Aequos, giungendo ad un giudizio di irrilevanza delle stesse, in quanto ciò che rilevarebbe sarebbe unicamente il carattere delle informazioni scambiate. Infatti, secondo quanto contenuto in un documento interno di lama, relativo agli esiti di un incontro avvenuto in data 31 luglio 2003 con un "professore esperto di antitrust", si legge: "La banca dati si fonda sulle note informative che sono disponibili al pubblico, purché siano solo quelle e non richiediamo altre informazioni. La modalità con cui otteniamo la nota informativa, sempre perché è pubblica, è irrilevante che ci venga data dalla compagnia o dal distributore o che la scarichiamo da internet o mystery shopping"<sup>47</sup>.

**62.** In merito alla natura delle informazioni contenute in Aequos, si osserva che esse dovrebbero essere oggetto di comunicazione alla clientela da parte delle singole imprese. Le imprese sono infatti invitate dall'organismo di vigilanza a fornire ai propri clienti esaustive informazioni circa le caratteristiche delle polizze che essi intendono sottoscrivere. L'analisi condotta dall'Autorità su alcuni prodotti presenti in Aequos sembra effettivamente indicare che i dati inseriti siano quelli contenuti nei documenti contrattuali relativi unicamente a prodotti già in commercio o fuori commercio<sup>48</sup>. Anche lama, nella propria memoria, ha mostrato, per alcuni prodotti, come le informazioni contenute nei files di Aequos siano interamente desumibili dalla documentazione contrattuale<sup>49</sup>. Ciò trova conferma anche in alcune analisi effettuate direttamente dalle stesse imprese di assicurazione, tra cui si ricorda, Winterthur. In particolare, da un documento reperito presso la sede della citata società, relativo al raffronto tra le caratteristiche di alcuni prodotti commercializzati da Winterthur e quelle desumibili da Aequos, si evince che "lama riporta solo dati pubblici. Dati tecnici attuariali specifici (ad esempio relativi alle modalità di accantonamento di riserva particolari come quella per bonus) contenuti in nota tecnica, non sono diffusi"<sup>50</sup>.

Considerato che le polizze vita presenti in Aequos non contengono elementi di personalizzazione, a differenza delle polizze auto, e che i distributori non possono alterare le condizioni di polizza, si desume che, astrattamente, chiunque sia interessato potrebbe ottenere le informazioni fornite da Aequos circa le caratteristiche da questo censiti, in parte attingendo allo stampa e/o ad internet, in parte recandosi presso i singoli punti vendita delle diverse compagnie.

**63.** Ciò detto, le evidenze documentali attestano che, in numerosi casi, le imprese di assicurazione hanno invece provveduto ad inviare a lama, a volte su richiesta della stessa, informazioni sui propri prodotti per la successiva immissione in Aequos.

Si osservi a riguardo, che la società inglese Defaqto, licenziante del software utilizzato da lama, considera insoddisfacente la raccolta di documentazione effettuata attraverso attività di *mystery shopping*. Infatti, in una lettera

---

<sup>43</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 74.]

<sup>44</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 24.]

<sup>45</sup> [Cfr., al riguardo, doc. nn. 177 e 179.]

<sup>46</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 177.]

<sup>47</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 24.]

<sup>48</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 590.]

<sup>49</sup> [Cfr., al riguardo, doc. nn. 612 e 639.]

<sup>50</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 415.]

inviata a Iama, Defaqto osserva che: *"This practice is inefficient and we try and work with the 5 or 6 providers in question to persuade them to volunteer the information to us"*<sup>51</sup>.

**64.** Inoltre, diverse imprese hanno affermato che, prima che Iama producesse Aequos, provvedevano direttamente a raccogliere informazioni sui prodotti concorrenti, e verosimilmente continueranno a svolgere tale attività nell'ipotesi in cui l'Autorità dovesse ritenere Aequos un'intesa lesiva della concorrenza. Le medesime imprese tuttavia riconoscono che la raccolta individuale delle informazioni presenti in Aequos, effettuata direttamente ovvero tramite un'indagine in esclusiva da parte di società specializzate, comporta costi superiori rispetto a quelli sostenuti attraverso il ricorso ad una struttura esperta ed appositamente dedicata, che vende i propri servizi ad una pluralità di soggetti<sup>52</sup>. In sintesi, risulta che gli operatori coinvolti nel presente procedimento considerino il database come un modo più efficiente per raccogliere informazioni sui prodotti dei concorrenti, rispetto all'attività svolta internamente.

**65.** In particolare, in merito ai possibili effetti di un parere negativo dell'Autorità circa Aequos, in un documento reperito presso Generali, datato 3 febbraio 2003, si legge: *"Nel caso in cui l'Autorità dovesse dare un parere negativo (ma non ne comprenderemmo il motivo, considerato che diversi servizi di Iama sono regolarmente acquistati da numerose Compagnie del mercato), non resterebbe che attivarci direttamente, dando incarico ad una risorsa full-time (...), di recuperare le stesse informazioni attraverso ricerche dirette (internet, agenzie delle Compagnie, nostri promotori, pubblicazioni, convegni, ...), soluzione che certamente risulterebbe più costosa e probabilmente non altrettanto efficiente"*<sup>53</sup>.

**66.** In questo senso vanno lette anche le dichiarazioni raccolte a verbale nel corso delle ispezioni effettuate presso la sede di Winterthur. In particolare, nelle stesse, si legge: *"precedentemente all'acquisto del prodotto Aequos, all'interno della società le medesime informazioni venivano raccolte in modo più difficoltoso e meno esteso, in quanto era possibile raccogliere informazioni solo in merito ad una parte del mercato"*<sup>54</sup>.

**67.** In sintesi, le informazioni contenute in Aequos sono desumibili dai prospetti informativi e dalla documentazione contrattuale che i consumatori acquisiscono al momento della sottoscrizione della polizza.

Tuttavia, la documentazione istruttoria attesta che le imprese ritengono poco conveniente e non altrettanto proficuo svolgere al proprio interno questa attività di raccolta ed elaborazione della documentazione contrattuale e preferiscono, pertanto, rivolgersi alla società di consulenza Iama. Ma anche quest'ultima preferisce avvalersi della collaborazione delle stesse imprese per la raccolta e controllo dei dati.

#### *I rilasci da parte di Iama*

**68.** Come già rilevato, Iama riclassifica le informazioni contenute nei documenti contrattuali delle imprese, ordinando le stesse in categorie comuni. Da questo punto di vista, si può pertanto affermare che il database Aequos riproduce, senza particolari elaborazioni, le informazioni acquisite, che, come già precedentemente evidenziato, vengono frequentemente inviate a Iama proprio dalle imprese di assicurazione<sup>55</sup>.

**69.** Sotto il profilo delle caratteristiche dei prodotti censiti, si rileva che nel corso del procedimento istruttorio sono stati reperiti alcuni CD Rom contenenti gli aggiornamenti di Aequos. Dall'analisi di tali rilasci risulta che sono considerati unicamente prodotti già in commercio o fuori commercio.

**70.** In merito, poi, alla cadenza dei rilasci, nel software sottostante ad Aequos è presente un comando denominato *"tools"*, al cui interno si trova un ulteriore comando denominato *"options"*, che, a sua volta, contiene tre opzioni, di cui la seconda, denominata *"download"*, è relativa all'aggiornamento del cd-rom. Le possibili modalità di aggiornamento, sulla base di quanto emerge dal contenuto di questa opzione, sono o tramite supporto informatico (cd-rom o floppy disk) o via internet (tramite modem). Per quest'ultima, si può optare per l'aggiornamento automatico scegliendo la frequenza dello stesso: giornaliera, settimanale o mensile<sup>56</sup>. Allo stato, solo quest'ultima è disponibile.

Infine, è possibile aggiornare il contenuto del software anche partendo dalla casella *"start"* di Windows e selezionando la directory *"The Research Department"* e, successivamente, quella *"on line update"*. Tale ultima directory permette due opzioni: *"overnight"* o *"immediate"*, le quali, tuttavia, secondo quanto dichiarato da Iama, non sarebbero ancora effettivamente fruibili<sup>57</sup>.

---

<sup>51</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 628.]

<sup>52</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 605.]

<sup>53</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 233.]

<sup>54</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 402.]

<sup>55</sup> [Quest'ultima circostanza non esclude che in alcune celle relative alle caratteristiche di prezzo per alcuni prodotti censiti da Aequos compaia il simbolo "ns", che indica, secondo quanto contenuto nella legenda a piè di pagina, dato non disponibile.]

<sup>56</sup> [Nella pagina contenente gli aiuti è testualmente riportato: *"This page has four options for download prompt frequency. Use this to set your preferred data update frequency, and the system will prompt you to download new data when the specified time has elapsed. Set the options to "None" to disable download prompts if you are using disk or CD ROM updates only".*]

<sup>57</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 875.]

## b.2) Aequos e Miv: database a confronto

**71.** Nel corso del procedimento istruttorio le parti hanno dichiarato che altre società di consulenza, tra cui Prometeia, realizzerebbero database con caratteristiche analoghe ad Aequos<sup>58</sup>.

In particolare, in un'audizione svoltasi presso il locali di Prometeia, detta società ha affermato di commercializzare un database denominato MIV.

Prometeia svolge attività di consulenza per numerose imprese di assicurazione, consistente, tra l'altro, nell'analizzare il posizionamento dei propri clienti nel mercato. Per tale attività, secondo Prometeia, è necessario confrontare i prodotti assicurativi delle singole imprese con quelli dei concorrenti. Nello svolgimento di tale attività Prometeia ha acquisito un numero rilevante di note informative dei prodotti lanciati dai diversi operatori sul mercato, e, al fine di semplificare i confronti, ha deciso di sistematizzare il materiale raccolto attraverso la costituzione di un database che contenesse gli elementi principali delle polizze<sup>59</sup>.

**72.** Il MIV rappresenterebbe, dunque, l'esternazione al mercato del database costruito per ragioni di analisi interna da parte di Prometeia. La società ha dichiarato che dispone di una struttura dedicata all'acquisizione delle informazioni contenute nel MIV, struttura che effettua tale attività in vario modo tra cui il *mystery shopping*. A riguardo, nel corso degli accertamenti ispettivi effettuati presso SPWM, è stata reperita una nota interna, datata 10 marzo, nella quale, in merito alle modalità di acquisizione dei dati immessi in Aequos e di quelli presenti nel MIV espressamente si legge che la fonte del primo è rappresentata dalle "condizioni contrattuali reperite dalle compagnie", mentre le informazioni contenute nel MIV sono desunte "prevalentemente dai collocatori (quindi mystery shopping)"<sup>60</sup>.

Le informazioni così acquisite da Prometeia sono quelle contenute nella documentazione che il distributore consegna al cliente nella fase precedente alla sottoscrizione della polizza. Il MIV, inoltre, raccoglie informazioni sulle prime 50 imprese in termini di raccolta premi presenti sul mercato, mentre Aequos monitora 100 compagnie italiane, più 30 cross border, che rappresentano circa il 100% del mercato<sup>61</sup>.

Prometeia, richiamando quanto previsto dalla normativa Isvap sulla trasparenza, ha affermato che "le condizioni contrattuali non sempre sono disponibili. Ciò suscita particolari difficoltà nella conoscenza dei prezzi dei prodotti tradizionali per i quali i prezzi vengono resi noti soltanto all'atto della sottoscrizione della polizza (come da normativa vigente)"<sup>62</sup>.

**73.** Ciò premesso, il confronto tra il database di Prometeia e quello di Iama ha evidenziato che, oltre alle differenti modalità di raccolta dei dati, una delle principali differenze tra il MIV ed Aequos consiste nelle modalità di presentazione delle informazioni, in quanto il primo mostra un criterio di classificazione unico dei prodotti, ovvero indipendente dalla tipologia di polizza, mentre Aequos utilizza classificazioni diverse per i singoli prodotti. Ciò fa sì che la rappresentazione dei prodotti di Aequos appaia più specifica rispetto al prodotto analizzato.

Un'ulteriore differenza si riscontra in merito all'individuazione dei canali distributivi per taluni prodotti; si tratta di un'informazione non sempre disponibile nei prospetti informativi e che potrebbe confermare le diverse modalità di acquisizione dei dati da parte delle due società di consulenza.

## c) Le rilevazioni dell'FSA

**74.** Nel corso del procedimento Iama ha affermato che Aequos rappresenta la versione italiana del prodotto inizialmente diffuso in Gran Bretagna e successivamente in altri paesi della Comunità Europea. In Gran Bretagna tale prodotto sarebbe acquistato, oltre che da circa 5.000 operatori, imprese ed intermediari, anche dall'Autorità di vigilanza - Financial Service Authority (di seguito FSA) - la quale diffonderebbe Aequos attraverso il proprio sito internet.

**75.** Dall'analisi del sito internet di tale Autorità emerge che la stessa diffonde alcune tabelle comparative per diversi prodotti finanziari, quali i fondi comuni di investimento, i mutui e i prodotti previdenziali.

**76.** L'analisi delle tabelle comparative disponibili per i prodotti previdenziali evidenzia però un contenuto informativo estremamente limitato rispetto a quello di Aequos, verosimilmente più idoneo ad agevolare le scelte di acquisto dei consumatori. In particolare, nel sito è presente una schermata d'accesso in cui sono richieste alcune informazioni generiche sulle caratteristiche del consumatore (età attuale; età prevista per il pensionamento ed importo previsto per la sottoscrizione del fondo). A partire da tali dati viene presentata una tabella in cui nelle colonne sono illustrati: a) il nome del provider; b) il nome del prodotto; c) il nome del fondo utilizzato per la comparazione<sup>63</sup>; d) la tipologia di

---

<sup>58</sup> [Cfr., al riguardo, doc. nn. 523 e 612.]

<sup>59</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 678.]

<sup>60</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 523.]

<sup>61</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 523.]

<sup>62</sup> [Tale affermazione è sostanzialmente analoga a quella di Generali, contenuta nella comunicazione volontaria di intesa (cfr. paragrafo 5).]

<sup>63</sup> [Nei prodotti previdenziali così come avviene per i prodotti vita, l'acquirente può optare tra più linee di investimento alternative, associate ad altrettanti fondi, ciascuno dei quali può avere costi differenti. Per la comparazione è dunque necessario definire il nome del fondo utilizzato.]

canale distributivo; e) il costo complessivo dell'investimento<sup>64</sup>; f) il costo associato all'abbandono del fondo dopo un triennio<sup>65</sup>; e, infine, g) se si tratta di un fondo di tipo "stakeholder"<sup>66</sup>.

**d) I servizi individuali: Analisi competitiva del mercato vita e previdenza**

**77.** Con riferimento al servizio indicato in epigrafe, dalla documentazione acquisita nel corso delle ispezioni risulta che in data 2 ottobre u.s. si è tenuto un primo incontro tra Iama ed il gruppo Generali. In tale occasione Iama ha presentato, tramite slides, alcuni dati relativi al mercato assicurativo vita<sup>67</sup>.

In particolare il lavoro effettuato da Iama si è articolato in quattro fasi: il mercato vita nel 2003; le tendenze di prodotto; il mercato delle pensioni e gli spunti dal mercato delle polizze di protezione.

**78.** Lo studio utilizza insieme alle informazioni derivanti da alcune fonti esterne quali, ad esempio, Ania ed Isvap relativi alla situazione complessiva del mercato assicurativo nonché da altri dati facilmente reperibili per effettuare un confronto internazionale, informazioni desunte da Aequos e da ulteriori servizi offerti da Iama alle imprese di assicurazione<sup>68</sup>.

**79.** A seguito di tale workshop, Generali ha chiesto a Iama di modificare il servizio offerto per renderlo maggiormente rispondente alle esigenze del gruppo. In particolare, con riferimento alle quote di mercato è stato chiesto di snellire la rappresentazione delle stesse e di enfatizzare "in modo particolare i dati che rappresentano segnali e tendenze innovative", nonché di fornire un "resoconto sintetico delle informazioni fornite dai maggiori competitors tramite relazioni di bilancio, incontri con la stampa e con gli analisti, convegni, siti internet ufficiali ed altri fonti pubbliche".

Per quanto concerne invece l'analisi dei prodotti, dopo aver affermato che detta analisi risulta già contenuta in Aequos, servizio del quale il gruppo è fruitore, Generali chiede di "approfondire le caratteristiche di un'iniziativa commerciale potendone conoscere il materiale contrattuale, gli strumenti di marketing impiegati per la campagna di vendita, il contesto di mercato di riferimento in cui tale iniziativa è stata lanciata, e se dichiarati pubblicamente, i risultati ottenuti".

#### **IV. LA POSIZIONE DELLE PARTI**

**80.** Nel corso del procedimento le imprese hanno avuto modo di illustrare la propria posizione, sia richiedendo di essere ascoltate in audizione, sia presentando memorie scritte. Di seguito sono illustrate le principali posizioni delle parti, sintetizzate per argomento trattato.

**a) La base giuridica**

**81.** In via preliminare, si osserva che Mediolanum ha eccepito che la fattispecie oggetto di indagine debba essere valutata non già in base alla legge n. 287/90, bensì ai sensi dell'articolo 81 del Trattato CE. Ciò poiché, secondo quanto contenuto nella Comunicazione della Commissione contenente le "Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati Membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato", la fattispecie è potenzialmente idonea ad incidere sul commercio tra Stati Membri e, in base al Regolamento n. 1/2003, dal 1° maggio 2004 le Autorità nazionali debbono applicare a siffatte fattispecie la normativa comunitaria. In ogni caso, atteso il periodo transitorio per l'applicazione di tale normativa, l'Autorità avrebbe almeno dovuto informare la Commissione sull'oggetto del procedimento, "affinché la stessa possa valutare l'opportunità di esercitare la facoltà riconosciutale dall'articolo 11.6 del Regolamento" e, cioè, di avocare a sé un procedimento anche se già pendente dinanzi ad un'Autorità nazionale.

**b) La non imputabilità della fattispecie ad alcuni operatori**

**82.** Alcune parti del presente procedimento – segnatamente Ras, Nat/Ned e Intesa Vita - hanno segnalato come ad esse non sia imputabile la fattispecie in esame, per le ragioni di seguito indicate.

Ras ha eccepito sin dall'inizio del procedimento, di aver sospensivamente condizionato il contratto con Iama all'esito della valutazione positiva dell'Autorità sull'intesa comunicata. Il citato contratto, pertanto, benché perfetto, non sarebbe di fatto ancora divenuto efficace in quanto Ras non avrebbe mai ricevuto da Iama il prodotto Aequos oggetto di istruttoria.

Nat/Ned ha sostenuto di essere stata discriminata, pur essendo la sua posizione sostanzialmente analoga a quella di un altro operatore, Norwich Union, nei confronti del quale non è stato avviato il procedimento istruttorio, avendo tale impresa disdetto nel dicembre 2002 il contratto relativo alla fornitura di Aequos.

---

<sup>64</sup> [Come sarà illustrato di seguito, per i prodotti previdenziali e per le polizze vita, il costo complessivo corrisposto è conoscibile da parte dell'assicurato solo ex post, in quanto lo stesso dipende da una serie di elementi, quali i caricamenti e le commissioni, gli switch, nonché il rendimento del fondo. Ex ante è possibile fare confronti soltanto adottando ipotesi esemplificative. Ad esempio nel caso di specie, l'FSA assume un rendimento medio del 7%. ]

<sup>65</sup> [Spesso nei prodotti previdenziali e assicurativi, come sarà illustrato, decresce all'aumentare della durata dell'investimento e può essere particolarmente elevato nei primi anni. Ciò scoraggia l'uscita al fondo da parte del sottoscrittore.]

<sup>66</sup> [Si tratta di una nuova tipologia di fondo pensione che prevede il rispetto di requisiti standard minimi fissati dal governo.]

<sup>67</sup> [Cfr., al riguardo, tra gli altri, doc. n. 25.]

<sup>68</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 68.]

Infine, Intesa Vita ha dichiarato di non aver mai sottoscritto il contratto relativo ad Aequos, ma di aver soltanto ricevuto in prova il prodotto nel settembre 2003.

**c) L'assenza di intesa tra le parti**

**83.** La generalità degli operatori ha dichiarato che non è possibile qualificare la fattispecie come scambio di informazioni lesivo della concorrenza, ai sensi dell'articolo 2, della legge n. 287/90. Ciò sulla base di una serie di elementi di seguito illustrati.

**84.** Innanzitutto, non esisterebbe alcuna reciprocità tra imprese che inviano i dati ed imprese che acquistano il database. Infatti, le evidenze documentali raccolte agli atti del procedimento dimostrano che il numero di imprese che inviano i dati è di gran lunga superiore alle imprese che acquistano Aequos. A ciò si aggiunga che diverse imprese coinvolte nel procedimento non hanno mai fornito dati a Iama, né in generale è stata dimostrata la sussistenza di invii sistematici ed autonomi da parte delle imprese alla citata società di consulenza.

**85.** In merito alla tipologia dei contratti notificati, alcune imprese hanno rilevato che si tratterebbe di contratti bilaterali e più specificamente, di intese verticali - sottoscritte in tempi diversi con Iama, società di consulenza terza - prive di clausole restrittive della concorrenza. Inoltre, i contratti in esame non rappresenterebbero la formula organizzativa escogitata per realizzare uno scambio di informazioni.

Analogamente, Iama, società di consulenza già attiva prima della nascita di Aequos, non costituirebbe uno strumento di collusione tra imprese, ma sarebbe anzi un centro studi, al pari di altri operatori, quali, ad esempio, Prometeia.

A tale riguardo, Iama ha sostenuto che Aequos rappresenta il prodotto di una scelta imprenditoriale autonoma ed è Iama che si attiva direttamente per la ricerca sia degli acquirenti che dei dati di input.

**86.** Con riferimento alle modalità di acquisizione dei dati contenuti nel citato database, Iama ha affermato che esiste una struttura dedicata all'acquisizione degli stessi all'interno della società. In particolare, alcuni dipendenti di Iama leggono quotidianamente i giornali e consultano la stampa, per verificare se siano immessi nuovi prodotti sul mercato e, in caso di esito affermativo, acquisiscono i dati direttamente attraverso il *mystery shopping*.

Iama ha precisato che mensilmente, quando le informazioni non siano reperibili altrimenti, alcuni collaboratori della società contattano le imprese di assicurazione, per acquisire i dati poi immessi nel database. La citata società di consulenza ha altresì affermato che talvolta, alcuni collaboratori ottengono informazioni da "*informatori specializzati*" dietro il pagamento di un corrispettivo.

**87.** Le parti hanno inoltre rappresentato che dalle evidenze documentali non si evince alcuna consapevolezza e/o comune volontà delle imprese di partecipare ad uno scambio di informazioni lesivo della concorrenza.

In particolare, gli attuali clienti di Aequos non erano edotti di chi fossero gli altri acquirenti del prodotto. Infatti, le imprese non avevano diritti di veto, né le previsioni contrattuali in genere prevedevano clausole di "gradimento" sugli acquirenti. Ciò, pertanto, dimostrerebbe l'assenza di coordinamento tra gruppi assicurativi, così come ipotizzato nel provvedimento di avvio dell'istruttoria e nella successiva lettera delle risultanze istruttorie.

**88.** L'assenza di un possibile effetto di coordinamento orizzontale deriverebbe anche dalla diversa natura degli operatori acquirenti del servizio Aequos, ovvero dalla peculiare specializzazione produttiva degli stessi. In particolare, Capitalia e BPVN, hanno segnalato la propria matrice bancaria che renderebbe difficile imputare loro soggettivamente uno scambio di informazioni lesivo della concorrenza nel settore vita, mentre SPWM e MPV hanno ricordato di essere operatori verticalmente integrati, la cui strategia commerciale è quella di garantire un mix di prodotti - assicurativi e finanziari - idonei a soddisfare le esigenze della clientela della banca del gruppo di appartenenza.

**89.** Alcuni operatori hanno sostenuto che Aequos non è un prodotto riservato alle imprese di assicurazione, bensì è un prodotto liberamente acquisibile sul mercato, come dimostra il fatto che i primi acquirenti di Aequos in Italia sono stati i due brokers Polizzalab e Fulcron e la circostanza che sono in corso alcune trattative per l'acquisto di un prodotto derivato da Aequos da parte del Movimento dei Consumatori.

**90.** Inoltre, alcuni operatori, tra cui MPV e Mediolanum hanno sostenuto che l'assenza di coordinamento orizzontale tra gruppi assicurativi deriverebbe da ulteriori elementi quali: la circostanza che le singole imprese hanno acquistato, in tempi diversi, moduli differenti relativi ai vari prodotti vita; il fatto che gli elementi acquisiti non testimoniano l'esistenza di alcun coordinamento tra imprese, in quanto: non sono stati riscontrati scambi di informazione diretti tra le imprese, il mercato in generale non è caratterizzato da forme di collaborazione tra imprese né le imprese hanno controllato i dati immessi nel database, consapevoli che anche i concorrenti si sarebbero comportati in maniera analoga. Infine, gli elementi raccolti dimostrano che non sussistono, nel caso in esame, diversi elementi significativi, quali i comitati tecnici, le riunioni periodiche e/o gli osservatori, in cui le imprese hanno discusso dei dati forniti da Iama.

Sotto tutti questi profili, pertanto, la fattispecie in esame si distinguerebbe sensibilmente da un precedente procedimento oggetto dell'Autorità, il procedimento 1/377, *RC Auto*.

**c. 1) La genesi di Aequos e la sua funzionalità**

**91.** Con particolare riferimento alla genesi del prodotto Aequos, Iama ha ricordato di essere venuta in contatto con Defaqto, proprietaria di un software di prodotti assicurativi e di aver siglato un accordo nel luglio 2001 con tale società, in virtù del quale colloca il software in esclusiva in Italia (archivio di prodotti italiani). Iama ha altresì precisato che

Defaqto, in Gran Bretagna annovera circa 5.000 clienti, tra cui la Financial Services Autorità – di seguito FSA – che offre sul proprio sito un set di dati molto più aggiornato e completo rispetto a quello offerto da Iama.

Inoltre, il medesimo prodotto offerto da Iama e diffuso altresì in diversi paesi dell'Unione Europea non ha mai suscitato altrove alcuna perplessità sotto il profilo concorrenziale.

**92.** La maggioranza degli operatori coinvolti nel presente procedimento ha sostenuto che per i prodotti assicurativi vita esistono poche informazioni a differenza di quelle disponibili in altri settori finanziari, quali i fondi comuni di investimento, in cui vige la massima trasparenza e, pertanto, Aequos permetterebbe di superare tale carenza informativa.

**93.** Tutte le parti del procedimento hanno sostenuto che Aequos rappresentava uno strumento utile per progettare nuovi prodotti, per pianificare o valutare la propria posizione rispetto al mercato ed ai competitors e per formare ed informare la propria rete distributiva. A riguardo, in particolare, SPWM ha affermato di essere un new-comer sul mercato e che, pertanto, necessitava di acquisire informazioni finalizzate all'ingresso su tale mercato. Mediolanum, ha dichiarato di aver acquisito Aequos al solo fine di studiare prodotti unit a capitale garantito, che non commercializzava e che tutt'ora non produce. Winterthur, infine, ha affermato che il database Aequos è stato utile soprattutto per formare gli agenti sui prodotti concorrenti e per garantire un'adeguata assistenza e consulenza al cliente nella fase di acquisto dei prodotti assicurativi vita.

**94.** Sotto un diverso profilo, alcuni operatori hanno dichiarato che Aequos appariva un prodotto di buona qualità, che semplificava un'attività già svolta da propri dipendenti e riduceva sensibilmente i costi di mystery shopping.

In merito ai costi, MPV e SPWM hanno dichiarato che Aequos richiede un onere assolutamente trascurabile rispetto alle spese complessive di intelligence e pertanto appare difficilmente sostenibile che sia stato acquistato per finalità collusive.

Diversamente BPVN e Ras, nelle loro memorie, hanno dichiarato che Aequos consente loro di ridurre i costi di acquisizione delle informazioni e garantisce un'analisi più completa di quella che potrebbero realizzare individualmente.

In particolare Ras ha dichiarato che *"l'impiego di Aequos comporterebbe notevoli vantaggi economici, considerato che il costo di Aequos è nettamente inferiore a quello che Ras dovrebbe in alternativa sostenere per lo svolgimento di analisi secondo i metodi tradizionali, quali il monitoraggio dei siti internet, raccolta articoli dalla stampa, mystery shopping. Quest'ultimo offre un'analisi più completa degli altri metodi tradizionali, ma richiede tuttavia l'impiego di risorse a tempo pieno con costi elevati. Una volta raccolto il materiale, infatti, le note informative devono essere analizzate per estrarne gli elementi da mettere a confronto ed organizzarli in forma tabellare. Il rapido mutamento dei prodotti richiede poi un costante aggiornamento dei dati e ciò rende l'analisi più onerosa"*.

Analogamente, Mediolanum ha dichiarato che *"Aequos è stato acquistato anche in considerazione delle economie di costo da esso consentite nel reperimento delle informazioni di mercato (...) Non si comprende come possa biasimarsi un'impresa che ricorre al mercato anziché all'internalizzazione di un compito, potendo per tal via ottenere un servizio migliore ed a costi più bassi, con evidenti effetti benefici anche per i consumatori"*. Mediolanum ha inoltre affermato che, *"non si tratta di costi informativi condivisi per impulso di imprese colluse; si tratta dell'operare del mercato, che rende efficiente la divisione del lavoro e che ha consentito, a chi ne ha avuto l'intuizione e le competenze, di mettere a frutto le stesse proponendo a terzi fruitori, un servizio che gli stessi avrebbero potuto anche svolgere (probabilmente con meno efficienza ed efficacia) autonomamente"*.

#### **d) L'assenza di oggetto e/o effetto restrittivo della concorrenza**

**95.** In subordine le parti hanno sostenuto che, anche qualora l'Autorità dovesse ritenere che la fattispecie costituisca una pratica concordata, mancherebbe l'oggetto e/o l'effetto restrittivo della stessa.

**96.** La maggioranza delle parti ha eccepito che i dati contenuti in Aequos sono agevolmente reperibili sul mercato, in ragione dell'attuale normativa comunitaria e di vigilanza, che imporrebbero alle imprese di rilasciare tutte le informazioni gravanti sul contratto in una fase antecedente all'acquisto dei prodotti assicurativi da parte degli utenti.

A suffragio di detta argomentazione, le parti hanno ricordato l'attuale normativa di settore, soffermandosi, da ultimo, sulla circolare Isvap n. 533/D del 4 giugno 2004, per effetto della quale, a partire dal 1° ottobre 2004, tutte le imprese di assicurazione saranno obbligate a pubblicare sui siti internet la documentazione contrattuale relativa ai diversi prodotti assicurativi commercializzati.

**97.** La circostanza che le informazioni immesse nel database e fornite attraverso Aequos siano informazioni che le compagnie di assicurazione hanno fornito in precedenza ai potenziali clienti ed al mercato in generale, in adempimento di obblighi di legge, renderebbe dette informazioni pubbliche. Dopo la divulgazione al pubblico, dette informazioni non possono più essere considerate riservate e, quindi, sensibili. Pertanto, uno scambio di informazioni su dati di pubblico dominio non è in grado di aumentare la conoscenza del mercato per le sole imprese coinvolte, ovvero di facilitare il raggiungimento di equilibri collusivi.

**98.** Inoltre, la circostanza che Aequos sia un prodotto acquisibile da chiunque ne risulti interessato, come dimostra da ultimo la trattativa in corso con il Movimento dei Consumatori, fa sì che anche i consumatori possano beneficiare delle elaborazioni realizzate da Iama sulle note informative e sulle condizioni di contratto. In questo senso Aequos sarebbe un prodotto pro-concorrenziale.

La valenza pro-competitiva del prodotto in esame risulterebbe altresì testimoniata dalla circostanza che, nell'ambito delle polizze assicurative vita, esiste un flusso di innovazione permanente e che alcune tipologie di prodotti assicurativi

– segnatamente le unit e le index – hanno una breve durata. In questo senso, la disponibilità e diffusione di informazioni tempestive sui prodotti offerti dagli altri operatori economici contribuirebbe ad intensificare la concorrenza tra i fornitori, stimolando la vocazione innovativa ed incentivando la produzione di prodotti in concorrenza con quelli presenti sul mercato.

**99.** La maggior parte dei destinatari del provvedimento di avvio e di estensione soggettiva del procedimento in corso, hanno contestato la definizione di mercato rilevante adottata dall'Autorità. Infatti, secondo Iama e Ras, il mercato di riferimento non è quello dei prodotti assicurativi vita, bensì quello più ampio del risparmio gestito, mentre MPV, SPWM e Mediolanum hanno affermato che l'individuazione di un mercato più ampio del risparmio gestito vale solo per le polizze del ramo III. Ciò in quanto, alcuni prodotti assicurativi – e segnatamente le index e le unit – presentano una prevalente componente finanziaria e sono sostituibili con alcuni prodotti finanziari. A conferma di ciò, peraltro, MPV e SPWM hanno ricordato la recente evoluzione legislativa che ha parificato l'imposta sostitutiva delle polizze a contenuto finanziario e dei prodotti finanziari in senso stretto<sup>69</sup>.

**100.** Il mercato dell'assicurazione vita, o meglio del risparmio gestito, sarebbe altamente concorrenziale come dimostrano le ridotte quote di mercato delle imprese partecipanti, la loro continua variazione nel tempo e la forte riduzione dell'incidenza media dei caricamenti sui premi.

Secondo le parti, prendendo a riferimento un unico mercato del risparmio gestito, la quota di mercato dei prodotti oggetto di scambio di informazione risulterebbe al di sotto del 10%, ovvero inferiore a quella individuata dalla Commissione per gli accordi di importanza minore<sup>70</sup>. Pertanto, sarebbe stato irrazionale che le imprese intendessero colludere su una parte marginale del mercato rilevante.

## V. IL PARERE DELL'ISVAP

**101.** Con parere pervenuto all'Autorità in data 10 settembre 2004, l'Isvap ha rappresentato, ai sensi dell'articolo 20, comma 4, della legge n. 287/90 una serie di argomentazioni di seguito brevemente riassunte<sup>71</sup>.

### a) La circolazione di informazioni nel settore assicurativo

**102.** L'Isvap ha affermato che l'acquisizione di informazioni nel settore assicurativo vita assume una valenza fondamentale sia per le imprese di assicurazione, sia per gli assicurati in generale. In particolare, la conoscenza della struttura tecnica e delle caratteristiche dei rischi permette "all'assicuratore di valutare preventivamente il corrispettivo delle garanzie prestate". "Da queste considerazioni muove il Regolamento comunitario n. 358/2003, quando stabilisce per il settore assicurativo le condizioni per l'esenzione dal divieto di scambio di informazioni, riconoscendone la particolare situazione in relazione alle esigenze primarie di raccolta di dati e di notizie sui rischi e sulle loro condizioni di assicurabilità, esigenze sulle quali si basa la gestione tecnica di una industria assicurativa sana e prudente".

Inoltre, "la trasparenza sui contenuti dei prodotti costituisce un pilastro della tutela degli assicurati, in quanto, nel rendere consapevoli le singole scelte contribuisce a rafforzare la struttura del mercato in senso concorrenziale e ad accrescere l'efficienza complessiva, migliorando la qualità della domanda di prodotti e servizi assicurativi rispetto alle proposte degli assicuratori".

A tali esigenze si ispira l'attività di normazione secondaria dell'Isvap, la cui finalità primaria consiste nel permettere "anche al sottoscrittore con ridotte conoscenze assicurative e finanziarie di comprendere le caratteristiche del prodotto assicurativo offerto". In quest'ottica, vanno pertanto letti i ripetuti interventi normativi dell'organo di vigilanza circa le informazioni da rendere ai contraenti nella fase antecedente alla stipula delle diverse polizze assicurative, nonché la recente circolare Isvap n. 533/D del 4 giugno 2004. Detta circolare, infatti, al fine di rafforzare la tutela del consumatore, "ha reso obbligatoria, a partire dal prossimo 1° ottobre, la pubblicazione nel sito internet di ogni compagnia delle condizioni di polizza e delle note informative dei prodotti commercializzati, rendendo in tal modo più trasparente ed accessibile l'informativa sulle caratteristiche dei prodotti. La disponibilità di dati afferenti tutte le polizze vita consentirà a tutto il mercato di fruire del medesimo patrimonio informativo con modalità più agevoli e meno onerose".

### b) Il mercato rilevante

**103.** Il mercato rilevante, secondo l'Isvap, è quello dei singoli rami assicurativi vita. L'organo di vigilanza, pertanto, sostiene di non condividere la posizione delle parti secondo la quale la valutazione della fattispecie dovrebbe riguardare il mercato più ampio del risparmio gestito.

Ad avviso dell'Isvap, "i due mercati, assicurativo e del risparmio gestito, sono regolati da condizioni di accesso e di esercizio del tutto differenti in ragione della peculiarità dell'impresa assicurativa rispetto a quella bancaria o di

<sup>69</sup> [Cfr., al riguardo, art. 13 del D. Lgs. n. 47 del 18 febbraio 2000.]

<sup>70</sup> [A tale quota si è pervenuti considerando unicamente la raccolta premi realizzata dalle imprese attualmente acquirenti di Aequos (ad eccezione, quindi, di Ras e Generali) nel solo settore vita e rapportando tale raccolta al valore complessivo del risparmio gestito. In sostanza, si è partiti dalla considerazione che le parti attualmente acquirenti di Aequos hanno una quota di mercato nel settore vita di circa il 30-40%. Considerato che il settore vita rappresenta circa il 23% del risparmio gestito, si ottiene, moltiplicando tali due quote, che l'intesa in esame inciderebbe meno del 10% sul mercato rilevante.]

<sup>71</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 886.]



investimento". Per altro verso, il consumatore all'atto della scelta dei rispettivi prodotti, è consapevole che essi "si presentano con caratteristiche differenziate in ragione del loro contenuto e delle diverse opportunità che offrono". In particolare, "i prodotti assicurativi vita presentano, a differenza dei prodotti finanziari, la combinazione tra rischio demografico e rischio finanziario".

**104.** Nel 2003, secondo l'Isvap, la raccolta complessiva premi nel mercato vita risulta pari a circa 63 miliardi di euro. Le imprese acquirenti di Aequos detengono, nei mercati interessati, una quota complessiva superiore al 70%. Secondo l'Isvap, "[t]ale dato risulta tuttavia fuorviante se non si richiama la duplice circostanza che i primi due gruppi - Generali ed Allianz - assommano da soli il 31,79% della raccolta e che il residuo 39,12% è ampiamente frazionato fra i restanti 8 gruppi, alcuni dei quali detengono quote di mercato molto contenute". I mercati interessati, osserva l'Isvap, appaiono "moderatamente concentrati" e "il modesto livello di concentrazione, non appare sufficiente a configurare le precondizioni per ritenere collusiva in senso anticoncorrenziale la disponibilità e l'utilizzo da parte delle imprese dei dati raccolti da lama o da qualsiasi altro operatore che voglia fornire un similare servizio".

**105.** Secondo l'Isvap, "l'offerta dei vari prodotti vita, presenta una variabilità ed una mutevolezza di contenuti per la diversità e la complessità delle strutture finanziarie reperibili sul mercato".

Il prezzo dei molteplici prodotti commercializzati "è influenzato sia da variabili tipicamente esogene all'impresa di assicurazione (le condizioni offerte dal mercato finanziario per la provvista di attivi) sia da variabili endogene, le cui determinazioni devono essere in grado di garantire nel loro complesso l'equilibrio tecnico ed i requisiti di solvibilità richiesti dalla normativa per ogni singola realtà aziendale". Inoltre, a parere dell'Autorità di settore, "i prezzi praticati dalle compagnie assumono importanza strategica sia per l'impresa di assicurazione, che deve ricercare l'equilibrio tra stabilità e competitività, sia per il consumatore, che in base alle proprie esigenze assicurative ed alla propria propensione al rischio valuta quale prodotto acquistare". Pertanto, la normativa in materia di trasparenza emanata dall'Isvap, consentendo al contraente di conoscere la struttura del premio ed i "rischi di investimento o delle garanzie finanziarie insite nell'offerta assicurativa", rende più consapevoli le sue scelte di acquisto.

### **c) L'assenza di intesa**

**106.** A parere dell'Isvap, dalle risultanze istruttorie non emerge alcun coordinamento tra le imprese coinvolte. Anzi, dalla documentazione agli atti risulta evidente "la differente posizione assunta dalle parti rispetto all'accordo oggetto di indagine". Alcune compagnie interessate ad acquistare Aequos, infatti, "hanno comunque svolto una preliminare attività diretta a verificare la compatibilità del servizio fornito da lama con la disciplina della concorrenza". Inoltre, le parti del presente procedimento hanno "acquistato il prodotto lama indipendentemente dalle altre, in tempi del tutto diversi e non ravvicinati". Pertanto, secondo l'Isvap, "anche se si giungesse a configurare un caso di collusione implicita, le esigenze probatorie, per comuni convincimenti, andrebbero rigorosamente perseguite e soddisfatte attraverso l'acquisizione di elementi specifici, stringenti e concordanti sul piano documentale e logico, mancando i quali la collusività resterebbe relegata a livello di pura ipotesi, a maggior ragione in presenza di un mercato moderatamente concentrato come quello di riferimento".

**107.** Per altri versi, secondo l'Isvap, "la mera adesione al servizio da parte delle compagnie non appare strumento di realizzazione di pratiche collusive"; inoltre, la collaborazione prestata dalle compagnie alla realizzazione di Aequos, "laddove esista, può considerarsi marginale e non sistematica".

**108.** In merito ai contenuti del citato database, l'Isvap osserva che il servizio fornito da lama rappresenta "una banca dati informatica costituita da dati che, benché sensibili sotto il profilo concorrenziale (prezzi, condizioni contrattuali e nomi delle imprese), sono raccolti da fonte resa pubblica dalle compagnie prevalentemente in ottemperanza a specifiche disposizioni di vigilanza". L'unico valore aggiunto di Aequos per le compagnie è, pertanto, rappresentato "dalla maggiore agevolezza d'uso del database e dalla elaborazione di un patrimonio informativo direttamente acquisibile - pur se con qualche laboriosità in più - dalle singole imprese attraverso proprio personale e secondo metodi tradizionali quali l'acquisizione delle note informative, il monitoraggio dei siti internet, la raccolta di articoli stampa, il mystery shopping".

Inoltre, a parere dell'Autorità di settore, Aequos non sarebbe un prodotto destinato alle sole imprese di assicurazione, "ma può essere utilizzato ovvero acquistato da altri soggetti, come dimostrato dalla circostanza che tra i primi acquirenti del servizio si annoverano due broker italiani, e che esso è stato proposto ad una associazione di consumatori".

**109.** Infine, a parere dell'organo di vigilanza, anche ove si volesse configurare la fattispecie in esame come intesa, non sarebbero stati provati gli effetti della stessa sul mercato di riferimento.

## **VI. VALUTAZIONI GIURIDICHE**

### **a) I mercati rilevanti**

**110.** Lo scambio di informazioni che si realizza attraverso Aequos interessa i prodotti assicurativi vita, distribuiti da tutte le imprese attive nel mercato italiano. I prodotti afferenti alle assicurazioni vita individuano pertanto i mercati di riferimento ai fini del presente procedimento. Nella consolidata esperienza nazionale e comunitaria i mercati dell'assicurazione vita devono essere distinti sulla base della classificazione per rami propria del settore assicurativo, in considerazione della peculiare natura dei rischi coperti. In particolare, secondo quanto contenuto nell'allegato 1 al

Decreto Legislativo 17 marzo 1995, n. 174, recante *Attuazione della Direttiva 92/96/CEE in materia di assicurazione diretta sulla vita*, vengono identificati i seguenti rami assicurativi:

I – Le assicurazioni sulla durata della vita umana.

II – Le assicurazioni di nuzialità, le assicurazioni di natalità.

III – Le assicurazioni di cui ai punti I e II connesse con fondi di investimento.

IV – L'assicurazione di malattia di cui all'articolo 1, lettera d), della Direttiva CEE n. 79/267 del 5 marzo 1979.

V – Le operazioni di capitalizzazione di cui all'articolo 40 del presente Decreto<sup>72</sup>.

VI – Le operazioni di gestione di fondi collettivi costituiti per l'erogazione di prestazioni in casi di morte, in caso di vita o in caso di cessazione o riduzione dell'attività lavorativa".

**111.** Per una più corretta delimitazione dei mercati rilevanti occorre ricordare che in Italia nessuna impresa offre prodotti relativi al ramo Vita II, nonché che Aequos, allo stato, non fornisce informazioni circa i prodotti afferenti ai rami Vita IV (polizze malattia relative a prodotti vita) e Vita VI (fondi pensione aperti). Pertanto i mercati rilevanti ai fini del presente procedimento risultano essere i mercati relativi alle polizze vita di cui ai Rami I, III e V.

**112.** Secondo i consolidati orientamenti dell'Autorità i mercati interessati hanno dimensione nazionale, in considerazione di numerosi elementi quali le differenze normative e linguistiche esistenti, nonché la presenza di vincoli all'accesso ai diversi canali distributivi.

a.1) *La posizione delle parti in merito alla definizione dei mercati interessati*

**113.** In merito alla diversa classificazione proposta dalle parti<sup>73</sup>, occorre in via preliminare osservare che (così come avviene per numerosi comparti merceologici), sebbene non si possa escludere che esista una certa sovrapposizione tra bisogni soddisfatti dai prodotti assicurativi e del risparmio gestito, tale circostanza da sola non è sufficiente ad individuare un unico mercato del prodotto. Al riguardo, la stessa SPWM, pur avendo sostenuto l'unicità del mercato rilevante tra polizze a contenuto prevalentemente finanziario e prodotti del risparmio gestito, specie quelli distribuiti tramite canale bancario, ha affermato che, *"in base all'esperienza di Sanpaolo il prodotto assicurativo, ancorché a contenuto finanziario, mantiene comunque una componente di tutela che è apprezzata dai consumatori. Per tale ragione la polizza vita è succedanea rispetto ai prodotti di investimento ma non c'è overlapping"*<sup>74</sup>.

**114.** In ogni caso, anche volendo accettare una diversa definizione del mercato che ricomprenda, accanto alle polizze assicurative vita o alle sole polizze Vita III, i prodotti del risparmio gestito, la valutazione concorrenziale dell'intesa non risulterebbe sostanzialmente modificata.

**115.** Innanzitutto, si ricorda che, secondo i dati Assogestioni, l'ammontare del patrimonio gestito nel 2003 era il seguente:

**Tabella 1 – Il patrimonio gestito in Italia nel 2003 per tipologia di prodotto finanziario**

Prodotto	Euro mln	Quota
Fondi comuni <sup>75</sup>	497.706	46,4%
Gestioni Patrimoniali <sup>76</sup>	241.073	22,5%
Assicurazioni Vita	271.981	25,3%
Fondi pensione	62.386	5,8%
Totale	1.073.146	100%

Fonte: Assogestioni

Pertanto, anche accogliendo la posizione di Iama e Ras sul mercato rilevante, lo scambio di informazioni, riguarda prodotti relativi al 25,3% dell'intero mercato. Si tratterebbe quindi di uno scambio di informazioni su una parte assai significativa del mercato rilevante.

**116.** In via subordinata, occorre evidenziare che le imprese partecipanti allo scambio di informazioni appartengono a gruppi che, oltre ad essere leader nel settore assicurativo, rappresentano anche i principali operatori degli altri settori del risparmio gestito. In particolare, nel mercato dei fondi comuni di investimento, secondo i dati di fonte Assogestioni,

<sup>72</sup> [Si tratta dei "i contratti con i quali un'impresa si impegna, senza convenzione relativa alla durata della vita umana, a pagare somme o a consegnare titoli od altri beni al decorso di un termine poliennale, in corrispettivo di versamenti o premi o conferimenti unici o periodici effettuati in denaro o mediante trasferimento di altre attività". L'articolo 2, comma 2, lettera b), della Direttiva 2002/83/CE, non ancora recepita in Italia, ha specificato che "le operazioni di capitalizzazione [sono] basate su una tecnica attuariale che comporta, quale corrispettivo di versamenti unici o periodici fissati anticipatamente, impegni determinati in ordine alla loro durata e al loro importo".]

<sup>73</sup> [Cfr., paragrafi 103-104.]

<sup>74</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 782.]

<sup>75</sup> [Dal totale dei fondi comuni è stata sottratta la quota relativa ai fondi legati a polizze assicurative vita ed ai fondi pensione.]

<sup>76</sup> [Gestioni patrimoniali al netto delle quote di fondi comuni]

relativi alle quote di mercato, calcolate sulla base del patrimonio gestito, nel mese di febbraio 2004<sup>77</sup>, le imprese partecipanti alla pratica concordata appartengono a gruppi che gestiscono complessivamente un patrimonio non inferiore al 56% del totale gestito, percentuale che sale ad oltre il 70% qualora si consideri anche Unicredito<sup>78</sup>. Pertanto, considerando congiuntamente le quote di mercato detenute dalle imprese partecipanti allo scambio di informazioni, nel settore dei fondi comuni di investimento e nel settore vita (esaminate in seguito), si ottiene che l'intesa sarebbe comunque consistente.

*a.2) I confronti concorrenziali delle imprese di assicurazione*

**117.** Ciò premesso, si deve comunque osservare che normalmente le imprese di assicurazione e la stessa Iama considerano separatamente, per l'analisi della concorrenza, il settore dell'assicurazione vita e dei prodotti previdenziali dagli altri settori del risparmio gestito.

**118.** Per quanto riguarda Iama, si è già mostrato come Aequos contenga esclusivamente informazioni relative ai prodotti vita e nessuna informazione sugli altri prodotti del risparmio gestito che, secondo le parti, apparterebbero al medesimo mercato rilevante.

**119.** Iama, inoltre produce anche ulteriori servizi multiclient nei quali sono riportate separatamente informazioni sul settore del risparmio gestito e su quello delle polizze vita, dei fondi pensione (negoziali e aperti) e dei pip.

Nell'ambito di tali servizi, Iama distribuisce annualmente anche un prodotto denominato "Mappa Competitiva", nel quale sono analizzati espressamente *"Distributori e compagnie del mercato vita in Italia. Struttura dei gruppi assicurativi"*. Nelle 143 pagine del rapporto per il 2003 non vi è alcuna traccia di operatori o prodotti di altri comparti del risparmio gestito, ad eccezione di quelli relativi ai piani individuali pensionistici<sup>79</sup>.

**120.** Analogamente, le imprese di assicurazione, nelle proprie analisi interne sulla concorrenza, di regola hanno a riferimento le polizze emesse dalle altre imprese di assicurazione per i diversi tipi di polizza vita e non altri prodotti del risparmio gestito.

Così ad esempio, risulta che la direzione marketing di SPWM annualmente realizza un documento denominato *"Analisi della concorrenza dei prodotti assicurativi"*, nel quale non vi è, invece, alcun confronto tra tali prodotti ed i fondi comuni di investimento<sup>80</sup>.

Anche l'ufficio marketing di Ras realizza periodicamente analisi di posizionamento circa le polizze prodotte dall'impresa di assicurazione, confrontandole unicamente con polizze assicurative dei concorrenti<sup>81</sup>. Analogamente, nel corso degli accertamenti ispettivi realizzati presso Intesa è stato acquisito un documento denominato *"La nuova produzione Intesa Vita a confronto con il mercato"*, dal quale emerge inequivocabilmente che il suddetto confronto è stato realizzato avendo esclusivamente a riferimento i prodotti assicurativi vita<sup>82</sup>.

Infine, si rileva che, anche con riferimento all'impresa MPV, sono stati acquisiti alcuni documenti relativi all'analisi di posizionamento dei prodotti dell'impresa e del gruppo, effettuata avendo a riferimento esclusivamente il mercato vita e le imprese ivi operanti<sup>83</sup>.

Pertanto, l'analisi di numerosi documenti interni di diverse imprese di assicurazione lascia ritenere che le stesse, nelle proprie analisi di posizionamento concorrenziale, considerino separatamente i mercati dell'assicurazione vita dal mercato del risparmio gestito.

**121.** Sempre con riferimento alla percezione manifestata dalle imprese rispetto al mercato rilevante, si deve sottolineare come la stessa SPWM, primo operatore nel mercato dei fondi comuni di investimento, si è definita come un *"new comer"* nel settore vita<sup>84</sup>, con ciò confermando come fondi comuni e polizze individuali individuino ambiti concorrenziali distinti.

---

<sup>77</sup> [Diversamente da quanto avviene per il settore assicurativo, le quote di mercato per il risparmio gestito vengono comunemente calcolate sui dati di stock e non di flusso. Nel caso dei fondi comuni di investimento è possibile quindi calcolare il valore dello stock in un dato momento del tempo.]

<sup>78</sup> [Al riguardo si osserva che Ras ha diffusi accordi di distribuzione e collaborazione con il gruppo Unicredito, di cui detiene anche un'importante partecipazione azionaria. Si deve ritenere, pertanto, che il gruppo Unicredito, anche in considerazione della dichiarata unicità del mercato del risparmio gestito, non può essere considerato un concorrente di Ras e di conseguenza le sue quote devono essere considerate, ai fini antitrust, congiuntamente a quelle del gruppo assicurativo.]

<sup>79</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 514.]

<sup>80</sup> [Cfr., al riguardo, doc. nn. 493 e n. 524. Tale documento riporta separatamente, per le polizze index linked, tradizionali, unit linked classiche, unit linked garantite e piani individuali pensionistici, un'analisi di sintesi sulle principali caratteristiche dei prodotti offerti sul mercato, in confronto con quelli di SPWM, nonché le schede relative a ciascun prodotto.]

<sup>81</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 181. In particolare, nel corso dell'istruttoria è stato acquisito un documento, denominato "Confronto con la concorrenza. I competitors", nel quale il confronto concorrenziale e l'individuazione dei competitors concerne unicamente le polizze vita.]

<sup>82</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 329.]

<sup>83</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 377. Si tratta di un documento del 10 giugno 2003 dell'Osservatorio Comitato Prodotti, Area Marketing, concernente le performance di mercato e il posizionamento dei prodotti del Gruppo MPV.]

<sup>84</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 782.]

## **b) La concorrenza nei mercati rilevanti**

### **b.1) La raccolta premi**

**122.** Nel 2003 la raccolta premi complessiva registrata nel settore vita è risultata pari a circa 63 miliardi di euro; di questa il 44,2% è relativa al ramo vita I, il 42,3% al ramo vita III e il 13,3% al ramo vita V. La recente evoluzione della raccolta premi per ramo è riportata nella tabella seguente:

**Tabella 2 – Raccolta premi per ramo nel settore vita (milioni di euro). Periodo 1998-2003**

	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Vita I	16.720	17.595	15.969	19.478	23.996	27.740
Vita III	6.571	15.022	22.211	23.795	24.556	26.560
Vita IV	0	6	8	12	10	17
Vita V	3.191	2.922	1.503	3.201	6.611	8.335
Vita VI	1	45	93	91	124	128
Totale	26.482	35.589	39.784	46.577	55.297	62.780

Fonte: Ania, vari anni

**123.** Come si evince dalla tabella 2, la raccolta premi nel settore vita ha conosciuto un trend crescente continuo, risultando più che raddoppiata in pochi anni. In sostanza, si è passati dagli oltre 26 miliardi di euro del 1998 a circa 63 miliardi nel 2003.

Nell'ambito di questo trend crescente, i singoli rami hanno conosciuto andamenti assai differenziati. Nel periodo 1998-2000 la crescita del settore vita è da attribuire interamente all'andamento estremamente positivo del ramo vita III, il quale vede triplicare la raccolta premi; la raccolta premi degli altri rami si mostra sostanzialmente stabile (vita I) o si riduce sensibilmente (vita V).

Nel successivo triennio la raccolta premi del ramo vita III si stabilizza, mentre cresce sensibilmente quella realizzata negli altri 2 rami (vita I e vita V).

Nel corso del 2003, il ramo vita I ha nuovamente superato per raccolta premi quello vita III.

### **b.2) La struttura dei mercati rilevanti**

**124.** Nella tabella 3 sono riportate le principali caratteristiche dei mercati vita interessati nel 2003.

**Tabella 3 – Il settore vita nel 2003: raccolta premi e indici di concentrazione per ramo**

	<b>Vita I</b>	<b>Vita III</b>	<b>Vita V</b>	<b>Totale Vita</b>
Raccolta premi	27.740.300	26.559.997	8.335.121	62.780.179
% sul totale	44,18	42,30	13,27	100,00
n. gruppi	49	42	42	49
n. imprese	100	92	84	103
CR4	65,53	54,04	71,11	55,92
HHI	1532,992	1054,661	1628,873	1051,044

Fonte: Ania

Il settore vita presenta un grado di concentrazione relativamente elevato: complessivamente il CR4 risulta pari a circa il 56% e l'indice HH di poco superiore a 1.000. Analizzando i singoli rami assicurativi, si osserva un grado di concentrazione più elevato per i rami vita I e soprattutto vita V, ramo nel quale il CR4 assume un valore superiore al 70% e l'indice HH supera la soglia di 1.600.

Per altro verso, non si può trascurare come le quote di mercato nel settore vita tendano a modificarsi rapidamente nel tempo. Si tratta di un fenomeno che pare in buona parte da attribuire alla forte crescita delle quantità vendute, crescita che appare legata essenzialmente all'apertura di nuovi canali distributivi. Il settore assicurativo è un settore "supply oriented", nel quale la disponibilità di nuovi punti vendita è essenziale per attrarre nuova clientela. Al riguardo si osserva come la forte espansione realizzata nel corso degli anni novanta dal canale bancario è avvenuta senza che il canale agenziale vedesse diminuire la propria raccolta premi; analogamente, la recente affermazione del canale

postale per la vendita di prodotti assicurativi vita non ha determinato una contrazione delle quantità vendute tramite il canale bancario.

*b.3) I canali distributivi*

**125.** Nella tabella 4 è riportata la distribuzione della raccolta premi per canale di vendita, così come rilevata dall'Isvap:

**Tabella 4 – Ripartizione dei premi lordi contabilizzati nei rami vita<sup>85</sup> e variazione della raccolta premi per canale distributivo (valori percentuali)**

	Gennaio-settembre 2002	Gennaio-settembre 2003	Variazione 2003 rispetto a 2002
Agenzie con mandato	18,2	17,0	7,4
Agenzie in economia e gerenze	7,6	9,3	40,3
Altre forme di vendita diretta	0,2	0,5	260,2
Sportelli bancari e postali	59,6	62,8	21,3
Promotori finanziari	13,6	9,8	-17,4
Brokers	0,8	0,6	-10,2
Totale	100	100	15,1

Fonte: Isvap

**126.** I singoli canali distributivi risultano maggiormente specializzati nella intermediazione dei diversi tipi di polizza. Nella tabella 5 si riportano i dati relativi alla composizione percentuale dei premi intermediati, per tipologia di premio.

**Tabella 5 – Ripartizione dei premi lordi contabilizzati nei rami vita nei primi 3 trimestri del 2003 per tipologia di premio (valori percentuali)**

	Agenzie con mandato	Agenzie in economia e gerenze	Altre forme di vendita diretta	Sportelli bancari e postali	Promotori finanziari	Brokers
Settore individuali						
Ramo I	22,2	10,1	0,1	62,4	4,9	0,3
- di cui pip	78,1	8,4	0,0	10,6	2,6	0,3
Ramo III	7,1	0,5	0,0	74,4	18,0	0,0
- di cui pip	11,9	1,5	0,0	25,1	61,5	0,0
Ramo V	26,9	12,7	0,0	57,6	2,6	0,3
Totale	15,9	6,0	0,0	67,4	10,6	0,2
Settore collettive						
Ramo I	26,1	41,1	6,9	8,2	0,7	17,0
Ramo III	6,1	2,2	91,0	0,4	0,0	0,7
Ramo V	33,8	55,4	1,4	8,4	0,1	0,9
Totale	30,3	48,9	6,0	8,1	0,3	6,4

Fonte: Isvap

**127.** I dati riportati nella tabella 5 mostrano, quindi, come i diversi canali distributivi si differenzino quanto a tipologia di prodotti venduti alla propria clientela.

Gli sportelli bancari e i promotori finanziari sono essenzialmente rivolti a soddisfare le esigenze del settore individuali e collocano oltre il 90% dell'insieme dei prodotti vita III venduti sul mercato, ovvero dei prodotti che hanno una maggiore caratterizzazione finanziaria. Per quanto riguarda i piani individuali pensionistici, ovvero quei prodotti individuali che, in quanto volti a soddisfare le esigenze previdenziali, potrebbero vedere aumentare notevolmente la raccolta premi nei prossimi anni, risulta un'incidenza contenuta del ruolo degli sportelli bancari, mentre oltre il 60% dei pip di ramo vita III sono venduti tramite promotori finanziari.

La vendita diretta o mediante agenti caratterizza il settore delle polizze collettive, dove circa l'85% della raccolta premi è intermediata attraverso tali forme distributive. Per quanto concerne il settore individuali, i canali tradizionali hanno

<sup>85</sup> [Sono esclusi i dati relativi alle assicurazioni complementari ed ai contributi al ramo vita VI.]

un ruolo significativo per quanto concerne il ramo vita V, circa il 40% del totale, e vita I, oltre il 30%. Ciò vale specialmente per i pip di ramo vita I, prodotto per il quale la vendita diretta o tramite agenti rappresenta l'86,5% del totale. In generale, si può affermare che il ruolo degli agenti e della vendita diretta risulta maggiore per i prodotti a maggiore caratterizzazione assicurativa.

Infine, si osserva un'incidenza molto contenuta del ruolo dei brokers per quanto concerne l'assicurazione vita, di fatto trascurabile per il settore individuali.

**128.** L'insieme degli elementi precedentemente descritti sembra deporre nel senso dell'esistenza di due diverse tipologie di clientela che si rivolge ai singoli canali distributivi. In sostanza, la clientela dei promotori finanziari e degli sportelli bancari sembra maggiormente orientata a prodotti con elevato contenuto di investimento, mentre coloro che si rivolgono alla rete agenziale sono maggiormente interessati ai prodotti assicurativi tradizionali.

#### *b.4) Il confronto tra prodotti assicurativi*

**129.** Nel corso del procedimento è emerso che le polizze vita costituiscono un bene, cosiddetto di fiducia, nel senso che il consumatore non è in grado di apprezzare correttamente le differenze esistenti tra le proposte dei singoli offerenti e si rivolge all'impresa o al distributore di fiducia.

In tale ottica, ad esempio, Ras ha affermato che ciò che nel settore rileva sono "diverse variabili quali l'affidabilità e la solidità patrimoniale della compagnia, la competenza delle reti di vendita, la capacità di innovare i singoli prodotti"<sup>86</sup>. Anche MPV ha sostenuto che "in generale non sussiste un problema di scelta tra fornitori alternativi, in quanto nella maggior parte dei casi sussiste un rapporto di fiducia tra il cliente e la banca. Tra tali soggetti si instaura una relazione di servizio che dura in media 15/20 anni. In molti casi, i clienti scelgono la banca sulla base dell'offerta complessiva o perché già banca di famiglia"<sup>87</sup>.

**130.** Depongono in tal senso anche i risultati di un'indagine condotta da C.R.A. Nielsen per conto dell'Autorità nell'ambito del procedimento I/448, *Assicurazioni Generali/Cardine Banca*, dal quale, tra l'altro, è emerso che "il 76,1% degli intervistati non ha effettuato alcuna azione di ricerca, sottoscrivendo così la polizza con l'unico intermediario a cui si è rivolto". Inoltre "particolarmente significativa, al fine di comprendere l'importanza del rapporto di fiducia con l'intermediario, è la spiccata propensione mostrata dai possessori di una polizza vita ad acquistarla presso un intermediario con cui già esiste un rapporto di clientela per altri servizi, assicurativi, bancari o finanziari (57%). Ciò è particolarmente vero nel caso del canale bancario (93%)"<sup>88</sup>.

**131.** Diversi sono gli elementi che concorrono a rendere difficoltoso il confronto concorrenziale tra prodotti alternativi, offerti da intermediari differenti.

Un primo fattore che rende difficile il confronto tra prodotti concorrenti è rappresentato dalla complessità stessa del prodotto assicurativo, che, si ricorda, consiste nel versamento certo in cambio di una promessa di un indennizzo, spesso di importo incerto, alla scadenza o in caso del verificarsi di determinati eventi legati alla vita umana.

Un secondo fattore è quello rappresentato dalla facilità con cui le imprese di assicurazione possono modificare le caratteristiche delle polizze offerte ai propri clienti. Al riguardo si consideri che le polizze vita si caratterizzano per rispondere a più esigenze, combinando congiuntamente aspetti assicurativo-previdenziali, di risparmio e di investimento. Ciò da luogo ad un'ampia varietà di forme, non sempre chiare per il consumatore. La modifica di alcuni aspetti della polizza crea un nuovo prodotto per il quale, di regola, i consumatori non sono in grado di apprezzare le differenze. In merito SPWM ha dichiarato che "nel 2003 SPWM ha immesso sul mercato circa 70 nuovi prodotti vita. In realtà, ciò è solo apparente, in quanto solo il 10% circa può considerarsi effettiva innovazione di prodotto, mentre il restante rappresenta il restyling di prodotti già esistenti"<sup>89</sup>. Iama, nella propria memoria ha affermato che nel corso del 2003 sono stati lanciati sul mercato 575 nuovi prodotti e sono state effettuate 111 operazioni di restyling su prodotti già esistenti<sup>90</sup>. In tale contesto il consumatore può incontrare indubbe difficoltà a scegliere tra un panorama così ampio.

**132.** Un'ulteriore difficoltà incontrata dal consumatore è rappresentata dalla diffusa pratica della vendita monomarca nel settore assicurativo. Il consumatore per confrontare il prodotto da acquistare deve recarsi presso più punti vendita, non avendo di fatto intermediari o consulenti che lo consiglino nel processo di scelta. Per altro verso, anche ammesso che il consumatore decidesse di recarsi presso più punti vendita e acquisisse le note informative e le condizioni contrattuali dei prodotti delle imprese concorrenti, niente assicura che il consumatore sia in grado di effettuare un corretto confronto tra i prodotti. Ciò perché, come già rilevato, nelle note informative, secondo quanto previsto dalla normativa settoriale, devono essere fornite tutte le informazioni di dettaglio sui prodotti, senza che invece sia prevista la costruzione di indicatori sintetici, al pari di quanto avviene, ad esempio, per le tabelle comparative predisposte dalla

---

<sup>86</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 605.]

<sup>87</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 776.]

<sup>88</sup> [Cfr. Provvedimento Agcm n. 10247 del 20 dicembre 2001, I/448, *Assicurazioni Generali / Cardine Banca*.]

<sup>89</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 782.]

<sup>90</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 612.]

FSA in Gran Bretagna. In una tale situazione il consumatore rischia di rimanere disorientato dalla quantità di informazioni disponibili<sup>91</sup>.

**133.** La difficoltà che i consumatori incontrano nell'effettuare confronti concorrenziali è riconosciuta di fatto anche dall'Ania, la quale ha affermato che *"i prospetti informativi redatti sulla base delle indicazioni fornite dalle Autorità di vigilanza contengono informazioni sui costi inidonee ad orientare i consumatori"*<sup>92</sup>.

La difficoltà incontrata dai consumatori sarebbe sperimentata, in diversi casi, anche dai distributori i quali, come affermato da BPVN necessitano di *"poche e chiare informazioni"*<sup>93</sup>.

**134.** Nel descritto contesto di mercato, diverrà sempre più rilevante la figura dell'intermediario nell'indirizzare il cliente nelle scelte di acquisto tra prodotti assicurativi vita e altri prodotti del risparmio.

#### **c) Le quote di mercato delle parti**

**135.** Nella tabella 6 sono indicate le quote di mercato delle parti nel settore vita e nei singoli rami interessati dallo scambio di informazioni.

**Tabella 6 – Quote di mercato nel settore vita e nei rami interessati dei gruppi acquirenti di Aequos – anno 2003 (valori percentuali)**

	<b>Vita</b>	<b>Vita I</b>	<b>Vita III</b>	<b>Vita V</b>
San Paolo Imi <sup>1</sup>	11,44	9,58	16,83	0,67
Unipol <sup>1</sup>	8,06	10,13	3,74	14,84
Cattolica <sup>1</sup>	4,49	4,03	5,72	2,18
Capitalia	3,63	0,20	8,37	0,00
Montepaschi	3,81	5,04	0,73	9,53
Mediolanum	3,17	0,27	7,19	0,06
Gruppo Aviva <sup>1</sup>	3,93	1,58	5,48	6,90
Generali <sup>1</sup>	22,17	33,23	7,89	30,83
Ras	14,25	6,95	21,31	15,91
<b>Totale generale</b>	<b>74,95</b>	<b>71,01</b>	<b>77,26</b>	<b>80,92</b>

Fonte: Elaborazioni su dati Ania

<sup>1</sup> Per le imprese acquirenti di Aequos Fideuram Vita, Winterthur Vita, BPV Vita, Nat/Ned ed Intesa Vita sono state considerate le quote di mercato dei rispettivi gruppi ( San Paolo Imi, Unipol, Cattolica, Aviva e Generali).

**136.** Dai dati contenuti nella tabella 6 emerge, dunque, che le imprese acquirenti di Aequos detengono una quota complessiva di mercato superiore al 74%. Tale valore non si modifica sensibilmente quando si considerano i singoli rami vita. Infatti, la quota complessiva delle imprese acquirenti di Aequos risulta pari a circa il 71% per il ramo vita I e superiore al 77% per il ramo vita III.

#### **d) La base giuridica**

**137.** In via preliminare, si ritiene opportuno rispondere all'eccezione sollevata da Mediolanum, secondo la quale l'Autorità avrebbe erroneamente indicato la base giuridica applicabile alla fattispecie in questione – articolo 2, della legge n. 287/90 in luogo dell'articolo 81 del Trattato CE – ed avrebbe omesso di informare la Commissione della pendenza del procedimento innanzi ad essa, per consentirle, eventualmente, di avocare il procedimento secondo quanto previsto dal Regolamento CE n° 1/2003.

<sup>91</sup> [Il punto è stato efficacemente sintetizzato dalla Covip nell'ultima Relazione annuale. La Covip, per i piani individuali pensionistici, afferma che: "Il modello di nota informativa attualmente utilizzato (cfr. in particolare Circolari Isvap 434 e 474) risponde all'esigenza di fornire notizie complete ed esaustive del contratto. Proprio per tale ragione, tuttavia, risulta molto dettagliato e complesso, rendendo meno facilmente percepibili le caratteristiche fondamentali dei prodotti. Occorre, d'altra parte notare che l'operazione assicurativa, di per sé, è connotata da un notevole tecnicismo che, combinato con il tecnicismo dell'operazione finanziaria sottostante, non ha consentito, sino ad oggi, di coniugare la trasparenza con la sinteticità".]

<sup>92</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 786.]

<sup>93</sup> [Cfr., al riguardo, doc. n. 783.]

Al riguardo, a prescindere da ogni questione circa la rilevanza dell'eccezione sollevata da Mediolanum - considerata la sostanziale identità tra le due norme ed il fatto che il presente procedimento trae origine da due comunicazioni ex articolo 13, della legge n. 287/90 - si ricorda che, per il settore assicurativo, prima ancora del network europeo esisteva una rete denominata CIRCA (Communication & Information Resource Centre Administrator), a cui hanno accesso tanto la Commissione quanto le Autorità nazionali. I partecipanti a tale rete, pur non esistendo un obbligo normativo specifico, sono stati tempestivamente informati della pendenza del procedimento in corso e la Commissione non ha espresso alcuna riserva sul caso.

Pertanto, anche al fine di salvaguardare i principi di efficienza ed economicità dell'azione amministrativa, nonché l'affidamento delle parti ad una valutazione conforme ai principi ed alla procedura prevista dall'articolo 13 della legge n. 287/90, si ritiene che l'eccezione sollevata da Mediolanum non meriti accoglimento.

#### **e) La qualificazione della fattispecie**

**138.** Vale premettere che le considerazioni di seguito formulate si riferiscono esclusivamente ai contratti relativi alla fornitura del database Aequos, in quanto le evidenze documentali descritte nella parte in fatto, dimostrano che l'ulteriore servizio denominato "*Analisi competitiva del mercato vita e previdenza*" è un servizio personalizzato offerto da Iama alle sole imprese del gruppo Generali e non anche ad altre imprese di assicurazione. Pertanto, le risultanze istruttorie hanno permesso di appurare che rispetto a tale servizio non possa essere riscontrata alcuna fattispecie di intesa tra imprese concorrenti suscettibile di essere valutata come idonea a facilitare una collusione.

**139.** Con particolare riferimento ad Aequos, invece, le evidenze documentali ampiamente descritte nella parte in fatto consentono di affermare che le imprese di assicurazione hanno dato vita ad uno scambio di informazioni – e, dunque, ad un'intesa, *sub specie* di pratica concordata – ai sensi dell'articolo 2, della legge n. 287/90<sup>94</sup>. Infatti, gli elementi raccolti testimoniano che esiste un flusso di dati di input inviati dalle imprese ed un ritorno a soggetti direttamente o indirettamente attivi nel mercato dal lato dell'offerta.

**140.** Prima di procedere alla descrizione del circuito informativo, appare opportuno ricordare che l'istruttoria origina da due distinte comunicazioni volontarie di intesa, una da parte di Ras, impresa che ha sospensivamente condizionato il contratto all'approvazione da parte dell'Autorità, e, l'altra, da parte di Generali che, invece, ha risolutivamente condizionato il contratto all'avallo dell'Autorità.

Inoltre, nel corso del procedimento istruttorio, ed in particolare delle ispezioni, si è accertato che ulteriori imprese avevano già proceduto all'acquisto di Aequos ed inviavano i dati a Iama, mentre altre erano intenzionate ad acquistare il prodotto una volta conosciuto l'esito della valutazione dell'Autorità<sup>95</sup>. Tali circostanze delineano un quadro differenziato e non definitivo di comportamenti, che, pur nella sua articolazione, consente di confutare alcune delle eccezioni sollevate dalle parti e dalla stessa Isvap, in merito all'erronea qualificazione della fattispecie in esame come intesa, ovvero come pratica concordata, così come di seguito verrà argomentato.

**141.** Al riguardo, va osservato anche che gli elementi raccolti si riferiscono a comportamenti tenuti da molte imprese nella consapevolezza che l'Autorità avrebbe attentamente valutato la fattispecie notificata da Ras e Generali, anche in ragione del recente precedente I/377, *RC Auto*, che ha coinvolto, di fatto, le medesime imprese, seppure per attività svolte in mercati diversi<sup>96</sup>.

In quest'ottica, gli elementi raccolti devono pertanto essere considerati significativi indizi in considerazione dell'elevata probabilità di un intervento dell'Autorità. D'altro canto, si ricorda che secondo i principi comunitari ormai consolidati anche nella giurisprudenza amministrativa<sup>97</sup>, ai fini della dimostrazione dell'esistenza di una pratica concordata, rilevano sia documenti che provino direttamente la concertazione tra gli interessati che comportamenti che costituiscano "*indizi gravi, precisi e concordanti circa l'esistenza di una collaborazione*"<sup>98</sup>. Difatti, come recentemente ribadito dalla Corte di Giustizia CE, poiché "*sono noti tanto il divieto di partecipare a pratiche ed accordi anticoncorrenziali quanto le sanzioni che possono essere irrogate ai contravventori, di norma le attività derivanti da tali pratiche ed accordi si svolgono in modo clandestino ....e la documentazione ad esse relativa è ridotta al minimo*" e, quindi, se anche si scoprissero "*documenti attestanti in modo esplicito un contatto illegittimo tra operatori, come i resoconti di una riunione, questi ultimi sarebbero di regola solo frammentari e sporadici, di modo che si rivela spesso necessario ricostituire taluni dettagli per via di deduzioni*"<sup>99</sup>.

---

<sup>94</sup> [Per la definizione di pratica concordata, cfr. sentenza della Corte di Giustizia CE, causa 172/80, del 14 luglio 1981, *Zuchner*; nonché sentenza della Corte di Giustizia CE, cause riunite 40-48/50, 54-56, 111, 113-114/73, del 16 dicembre 1975, *Suiker Unie*. Si vedano, inoltre, al riguardo, provvedimento AGCM n. 9694, del 27 giugno 2001, I/444, *Gara UMTS*; nonché provvedimento AGCM n. 8546, del 28 luglio 2000, I/377, *RC Auto*.]

<sup>95</sup> [Cfr., paragrafi 54 e 55.]

<sup>96</sup> [Cfr., al riguardo, provvedimento AGCM n. 8546, del 28 luglio 2000, I/377, cit.]

<sup>97</sup> [Cfr., per tutte, sentenza del Consiglio di Stato n. 652/01 del 12 febbraio 2001, *Associazione Vendomusica/Case Discografiche Multinazionali/Federazione Industria Musicale Italiana*.]

<sup>98</sup> [Cfr., per tutte, sentenza della Corte di Giustizia CE, cause riunite C-89/85, del 31 marzo 1993, *Ahlstrom Osakeyhtio e altri/Commissione*.]

<sup>99</sup> [Cfr., al riguardo, sentenza della Corte di Giustizia CE, cause riunite C204/00, C205/00, C211/00, C213/00, C217/00 e C219/00, del 7 gennaio 2004, *Italcementi e altri/Commissione*.]



**142.** Ciò premesso, è opportuno ritornare sul fatto che gli elementi acquisiti nel corso del procedimento hanno dimostrato che le informazioni contenute in Aequos provengono, generalmente, direttamente dalle imprese di assicurazione e non sono autonomamente reperite da Iama sul mercato così come indicato nelle comunicazioni volontarie d'intesa.

In questo senso è utile ricordare come la stessa Ras nutrisse dubbi in merito alle reali modalità di acquisizione delle note informative e delle condizioni di polizza da parte di Iama<sup>100</sup>.

**143.** La circostanza che siano le imprese ad inviare i documenti contrattuali relativi a taluni prodotti immessi in Aequos, trova conferma in numerosi documenti acquisiti nel corso delle ispezioni ed in particolare, nelle dichiarazioni a verbale rese da Ina da Fideuram e da Ras, parti del procedimento in corso, oltre che in alcuni documenti reperiti presso le sedi di Iama, Intesa, Winterthur e SPWM<sup>101</sup>; nonché dal contenuto di due appunti manoscritti reperiti presso la sede di Milano dell'Ania, nei quali, con riferimento alle modalità di acquisizione dei dati da parte di Iama si legge: *"i dati sono forniti dalle compagnie utenti anche se non è regolato contrattualmente"* e *"N.B. i dati sono forniti dal sottoscrittore anche in assenza di un accordo contrattuale"*<sup>102</sup>.

**144.** In particolare, in questa sede, è utile richiamare due documenti acquisiti presso Iama. Nel primo di tali documenti risulta che a ciascun dipendente di Iama è assegnato un numero di imprese di assicurazione da contattare periodicamente al fine di ricevere informazioni sui prodotti commercializzati<sup>103</sup>. Sotto questo profilo, non appare pertinente l'eccezione sollevata da Iama, in virtù della quale la raccolta di dati presso le imprese di assicurazione sarebbe frutto di un'autonoma iniziativa della società di consulenza. E', infatti, del tutto irrilevante se sia Iama a contattare periodicamente le imprese per conoscere i dati relativi ai singoli prodotti commercializzati, ovvero se siano le imprese ad informare la società sui propri prodotti. Ben più significativo è che le imprese comunque inviano i dati e accettano l'iniziativa, seppur autonoma, della società di consulenza.

**145.** Nel secondo dei documenti reperiti presso Iama, inoltre, emerge un costante contatto con le imprese di assicurazione finalizzato alla verifica delle informazioni sui diversi prodotti assicurativi<sup>104</sup>. Al riguardo, la stessa Iama ha ammesso l'esistenza di tale controllo, sebbene abbia cercato di minimizzarne la portata, affermando che si è trattato di più tentativi privi di un effettivo esito finale.

**146.** Sotto questo profilo, la stessa circostanza che le imprese abbiano effettuato un controllo dei dati elaborati da Iama ed abbiano pertanto contribuito a rendere il prodotto in esame utile *"per fornire informazioni di alta qualità, affidabili ed indipendenti ai competitors e intermediari del settore dei servizi finanziari"* lascia presumere che le imprese ritenessero che anche i concorrenti si comportassero in maniera analoga. Tali elementi indicano, contrariamente a quanto affermato dalle parti e dalla stessa Isvap, l'interesse e la comune volontà delle imprese di condividere con i concorrenti elementi relativi alla propria offerta commerciale, in un'ottica di cooperazione piuttosto che di concorrenza.

In questo senso, la consapevolezza delle parti dell'esistenza di un circuito informativo si evince proprio dal documento datato 10 marzo 2003 - antecedente, pertanto, all'avvio del presente procedimento istruttorio - reperito presso la sede di SPWM, nel quale, con riferimento alle modalità di acquisizione dei dati contenuti in Aequos, si legge che la fonte di tale prodotto è rappresentata dalle *"condizioni contrattuali reperite dalle compagnie"*<sup>105</sup>. Analogamente, come già ricordato, i dati che alimentano Aequos *"sono forniti dal sottoscrittore anche in assenza di un accordo contrattuale"*<sup>106</sup>.

Al riguardo, la circostanza che le imprese inviino i dati di input a Iama e controllino la correttezza delle informazioni immesse in Aequos unitamente alla consapevolezza che i dati inseriti nel citato database provengono direttamente dalle imprese di assicurazione, rende priva di pregio l'eccezione sollevata dalle parti secondo la quale, all'atto della sottoscrizione del contratto, Iama non avrebbe formalmente comunicato alle imprese chi fossero gli effettivi acquirenti di Aequos.

**147.** Né fa venir meno la qualificazione della fattispecie come intesa l'asserita assenza di reciprocità, ovvero la mancata coincidenza tra imprese che inviano i dati e quelle che acquistano Aequos. Al riguardo appare sufficiente osservare, secondo quanto di recente ribadito dal Consiglio di Stato che *"l'anticoncorrenzialità della partecipazione ad uno scambio di informazioni non deriva solamente da un reciproco scambio di dati sensibili, ma anche dalla sola percezione di informazioni (sensibili) relative al comportamento dei concorrenti sul mercato"*<sup>107</sup>. In merito, vale osservare che le imprese parti del procedimento, ad eccezione di Ras, hanno ricevuto le informazioni degli altri operatori di mercato.

---

<sup>100</sup> [Cfr., paragrafo 60.]

<sup>101</sup> [Cfr., paragrafo 56.]

<sup>102</sup> [Cfr., paragrafo 57.]

<sup>103</sup> [Cfr., paragrafo 59.]

<sup>104</sup> [Cfr., paragrafo 58.]

<sup>105</sup> [Cfr., paragrafo 72.]

<sup>106</sup> [Cfr., paragrafo 57.]

<sup>107</sup> [Cfr., al riguardo, Sentenza VI Sezione del Consiglio di Stato n. 2199/2002 del 24 aprile 2002, RC Auto.]

In ogni caso, va tenuto conto che l'Autorità ha avviato un procedimento istruttorio a seguito di due comunicazioni volontarie d'intesa ed ha, pertanto, effettuato una valutazione dell'intesa comunicata, in una fase antecedente alla sua configurazione definitiva. E' sufficiente ricordare che, pur avendo reperito elementi documentali dai quali si evince che altre imprese sarebbero state intenzionate ad acquistare Aequos, tuttavia non si ha, ad oggi - né invero potrebbe essere diversamente - contezza effettiva di chi sarebbero stati gli ulteriori clienti di tale prodotto, all'esito di un'eventuale pronuncia favorevole dell'Autorità. Peraltro, nessuna parte del procedimento ha fornito una valida spiegazione sulle ragioni per cui talune imprese, che non acquistano il prodotto, provvedano comunque ad inviare i propri dati a Iama, atteso che, allo stato, sono solo i concorrenti ad acquistare Aequos.

**148.** Parimenti, non è idonea a scalfire la qualificazione della fattispecie in esame come intesa, la circostanza, sostenuta dalle parti e dalla stessa Isvap, che le stesse avrebbero sottoscritto, in tempi diversi, singoli contratti di fornitura del servizio Aequos con Iama, società di consulenza terza.

Infatti, indipendentemente dallo schema contrattuale utilizzato, la mera interposizione di una società terza per realizzare uno scambio di informazioni non è idonea, per giurisprudenza comunitaria e nazionale consolidata, a privare del carattere di illiceità un siffatto scambio di informazioni<sup>108</sup>.

Inoltre, sotto il profilo antitrust, occorre verificare la causa dei contratti sottoscritti – intesa come effettiva ragione dell'affare e non solo come astratta funzione economico sociale – senza fermarsi, quindi, alla mera corrispondenza del negozio con un determinato tipo negoziale inteso come astratto schema regolamentare. E' evidente, infatti, che se così non fosse, la stipula di contratti tipici si risolverebbe in un aggiramento del divieto di cui all'articolo 2, della legge n. 287/90. In questo senso, il Consiglio di Stato, in merito ad un'intesa oggetto di valutazione da parte dell'Autorità, ha precisato che: *"la tipicità di un contratto non esclude l'illiceità antitrust di un'intesa, che assume la forma di tale contratto, dovendo essere verificato in concreto il suo utilizzo ai fini anticoncorrenziali"*<sup>109</sup>. Pertanto, pur essendo i contratti sottoscritti con la citata società di consulenza formalmente qualificabili come intese verticali, è indubitabile, per le motivazioni ampiamente esposte, che la stipula di detti contratti, unitamente all'interposizione di un soggetto terzo, abbiano dato vita ad un circuito informativo tra gruppi assicurativi.

**149.** La qualificazione della fattispecie non muta neppure ove si consideri la circostanza, dichiarata dalla generalità della parti e dall'Isvap, che i primi acquirenti di Aequos sono stati due brokers Polizzalab e Fulcron. Infatti, ai citati brokers era stato offerto un prodotto diverso da quello poi commercializzato ai destinatari dei provvedimenti di avvio e di estensione, fondato su un differente software - Csv - e limitato nel numero dei descrittori<sup>110</sup>.

Vale ribadire che, allo stato attuale, risultano acquirenti di Aequos unicamente imprese di assicurazione o soggetti - di matrice bancaria - controllanti di imprese di assicurazione. Ne consegue che appare priva di fondamento anche l'eccezione sollevata dalle parti, al fine di negare la sussistenza dell'intesa, relativa alla diversa matrice dei soggetti acquirenti.

**150.** Vale peraltro osservare come tale scambio di informazioni sia imputabile anche a Nat/Ned e ad Intesa Vita, per le ragioni di seguito indicate.

In merito all'eccezione sollevata da Nat/Ned, giova rilevare che l'istruttoria è stata avviata non solo nei confronti di Ras e Generali, ma anche nei confronti di altri operatori che, alla data del 14 ottobre 2003, e cioè alla data dei primi accertamenti ispettivi, risultavano ancora acquirenti di Aequos. Tale era la posizione di Nat/Ned che aveva comunicato il recesso dal contratto relativo ad Aequos nei sei mesi antecedenti alla data di effettiva scadenza dello stesso (marzo 2004) e non già di Norwich, il cui contratto, dai documenti versati in atti, risulta scaduto i primi di marzo 2003.

Analogamente appare priva di pregio l'eccezione sollevata da Intesa Vita, che ha dichiarato di non aver mai acquistato Aequos, ma di aver solo ricevuto in prova il prodotto nel mese di settembre 2003. Sul punto si ricorda che, presso la sede di Intesa Vita, nel corso degli accertamenti esperiti in data 16 gennaio 2004, è stato reperito un documento interno dal quale si evince che anche detta società ha inviato a Iama la documentazione contrattuale relativa ad alcuni prodotti commercializzati, per implementare il database. Tale circostanza, unitamente al fatto che Intesa Vita abbia ricevuto in prova il citato database, rende comunque detta società partecipe dello scambio di informazioni oggetto del presente procedimento.

**151.** Diversa risulta, invece, la posizione di Ras rispetto a quella degli altri operatori coinvolti. Ciò in quanto detta società ha sottoscritto un contratto condizionandolo sospensivamente all'autorizzazione dell'Autorità. In altri termini, Ras ha posto in essere un rapporto contrattuale perfetto che non ha nei fatti avuto alcuna esecuzione, in quanto la citata società non ha mai ricevuto Aequos, in attesa di una pronuncia da parte dell'Autorità.

Pertanto, l'indisponibilità materiale del data set oggetto procedimento istruttorio in esame, non ha permesso a Ras di beneficiare delle medesime informazioni sensibili su prezzi e condizioni contrattuali dei concorrenti, al pari di tutti gli altri operatori coinvolti nella presente procedura e, dunque, di prendere parte allo scambio di informazioni osservato.

---

<sup>108</sup> [Cfr., al riguardo, Provvedimento Agcm n. 8546 del 28 luglio 2000, 1/377, cit, confermata sul punto dalla Sentenza VI Sezione del Consiglio di Stato n. 2199/2002 del 24 aprile 2002, cit.]

<sup>109</sup> [Cfr., al riguardo, Sentenza VI Sezione del Consiglio di Stato n. 150/02 del 14 gennaio 2001, Rai/Rti –Cecchi Gori Communications. Al riguardo, si veda anche sentenza VI Sezione del Consiglio di Stato n. 1192/2001 del 2 marzo 2001, Assicurazione Rischi Comune di Milano.]

<sup>110</sup> [Cfr, paragrafo 51.]

Ne consegue che, per quanto riguarda Ras, rileva unicamente la manifestata volontà di acquistare il database Aequos e, dunque, di aderire al circuito informativo descritto, attraverso l'avvenuta stipula di un contratto.

**152.** Nel complesso, pertanto, ed in difformità dal parere inviato dall'Isvap, è possibile affermare che le parti hanno dato vita ad uno scambio di informazioni qualificabile come pratica concordata, ai sensi dell'articolo 2, della legge n. 287/90, realizzata attraverso la fruizione del database Aequos, fornito dalla società di consulenza Iama. Per quanto riguarda Ras rileva, invece, la manifestata intenzione di aderire alla citata intesa.

#### ***f) L'oggetto e/o gli effetti restrittivi dell'intesa***

**153.** Come è noto, l'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90, vieta le intese tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto una consistente restrizione della concorrenza all'interno del mercato nazionale.

Contrariamente a quanto affermato dall'Isvap, pertanto, la disposizione in parola esclude che in presenza di intese, realizzate tramite pratiche concordate, come nel caso di specie, debba necessariamente essere presente e provato anche l'effetto anticoncorrenziale. Ciò, del resto, appare confermato dal Consiglio di Stato, secondo il quale *"la pratica presuppone un comportamento dipendente dalla concertazione, ma non implica necessariamente che tale comportamento abbia l'effetto di impedire o falsare la concorrenza"*<sup>111</sup>.

**154.** E' altresì noto che, secondo giurisprudenza consolidata, la valutazione concorrenziale di uno scambio di informazioni debba essere condotta avendo a riferimento innanzitutto la natura e tipologia dei dati scambiati ed inoltre i destinatari di detto scambio di informazioni, nonché il contesto di mercato in cui il citato scambio si inserisce<sup>112</sup>.

##### *f.1) La natura e tipologia dei dati scambiati*

**155.** Ciò premesso, si osserva che lo scambio di informazioni sotteso all'elaborazione del database Aequos - similmente ad una precedente fattispecie di scambio di informazioni già valutata dall'Autorità<sup>113</sup> - riguarda dati tradizionalmente considerati sensibili sotto il profilo antitrust, quali prezzi e condizioni contrattuali dei diversi prodotti immessi sul mercato dalle singole imprese di assicurazione. La citata natura sensibile dei dati immessi in Aequos appare del resto confermata dalla stessa Autorità di vigilanza.

**156.** Vale rilevare che lo scambio di informazioni sotteso all'elaborazione del database Aequos non rientra nel campo di applicazione del Regolamento di esenzione per categoria ampiamente descritto nella sezione relativa al quadro normativo di riferimento, proprio in quanto attiene a dati disaggregati e commerciali e non a dati tecnici necessari per la valutazione del rischio da assicurare<sup>114</sup>.

Infatti, le evidenze documentali ampiamente descritte nella parte in fatto, dimostrano che le imprese parti del procedimento hanno inviato alla società di consulenza Iama per la successiva immissione in Aequos, un set di informazioni disaggregate relative proprio a prezzi e condizioni di polizza e che Iama ha restituito alle imprese informazioni di output di egual portata.

**157.** Sotto un diverso profilo, va altresì rilevata, accanto alla natura disaggregata e sensibile dei dati scambiati, la cadenza temporale, estremamente ravvicinata (al più mensile), dei rilasci di Aequos, con la possibilità di acquisire in tempo reale le informazioni circa i prodotti dei concorrenti<sup>115</sup>.

**158.** Le parti e l'Isvap sottolineano la natura pubblica delle informazioni sui prezzi e condizioni contrattuali contenute in Aequos, circostanza che farebbe venir meno la restrittività della fattispecie. Sul punto si impone la necessità di fare alcune considerazioni.

Nei rapporti di mercato, ed in particolare nei mercati caratterizzati dalla presenza di una pluralità di soggetti, sia dal lato della domanda che dell'offerta, le informazioni sui prezzi e le condizioni contrattuali, lungi dal poter rimanere nella esclusiva disponibilità delle singole imprese, inevitabilmente costituiscono oggetto di comunicazione alla clientela. In altri termini, in un sistema di mercato, per definizione, prezzi e condizioni contrattuali hanno natura pubblica.

Pertanto, nella valutazione concorrenziale di scambi di informazioni tra imprese, concernenti prezzi e condizioni contrattuali, come nel caso di specie, non rileva la natura pubblica dei dati in questione. *Prima facie*, lo scambio di informazioni sensibili tra concorrenti, ancorché dette informazioni siano altrimenti conoscibili, costituisce un comportamento facilitante la collusione tra imprese.

Va osservato, invece, che ai fini della valutazione circa la portata facilitante dello scambio, risulta importante valutare se le predette informazioni possano considerarsi di pubblico dominio, cioè immediatamente accessibili senza oneri e realmente utilizzabili a chiunque sia interessato ad acquisirle.

**159.** Fatta questa distinzione tra informazioni di natura pubblica e dati di pubblico dominio, si rileva che la stessa esistenza di scambi di informazione su dati di natura pubblica di per sé appare contraddire la natura di pubblico dominio dei medesimi dati. In altre parole, è ragionevole immaginare che quando le informazioni risultano

<sup>111</sup> [Cfr., al riguardo, sentenza VI Sezione del Consiglio di Stato, n. 2199/2002, del 23 aprile 2003, RC Auto, cit.]

<sup>112</sup> [Cfr., al riguardo, ex multis, decisione della Commissione CEE del 17 febbraio 1992, IV/31.370 e 31.446 – UK Agricultural Registration Exchange, confermata dalla sentenza della Corte di Giustizia CE del 28 maggio 1998, C-7/95P, John Deere Limited/Commissione.]

<sup>113</sup> [Cfr., al riguardo, provvedimento AGCM n. 8546, del 28 luglio 2000, I/377, cit.]

<sup>114</sup> [Cfr., paragrafi 33-37.]

<sup>115</sup> [Cfr., paragrafo 70.]

effettivamente accessibili con rapidità e senza oneri vengano meno le ragioni dello scambio tra imprese. In definitiva, nella valutazione di uno scambio tra imprese di dati sensibili, da un lato risulta irrilevante la loro natura pubblica, dall'altro appare contraddittorio ipotizzare che si tratti di informazioni di pubblico dominio.

Ciò posto, la concreta portata facilitante della collusione da parte di un'intesa che ha per oggetto la raccolta e messa in comune di informazioni sensibili dipende dai costi di raccolta di tali informazioni ad opera della singola impresa, dai tempi impiegati per la raccolta, nonché dalla possibilità di ottenere un'informazione completa.

**160.** In astratto, ove, infatti, i costi di reperimento individuale delle informazioni oggetto di scambio non fossero apprezzabili, i tempi di acquisizione non fossero lunghi e le informazioni nel complesso risultassero sufficientemente attendibili, il contributo di un siffatto scambio di informazioni ad un accordo collusivo sarebbe irrilevante. In tale evenienza, infatti, da un punto di vista concorrenziale, la raccolta in comune di informazioni non consente di ottenere elementi significativamente maggiori rispetto agli esiti di una raccolta individuale.

**161.** Viceversa, nel caso di specie - per espressa ammissione di taluni operatori coinvolti, quali Ras e Mediolanum - i costi sottesi ad una raccolta individuale da parte delle imprese delle informazioni contenute in Aequos, non sono trascurabili<sup>116</sup>. Altri operatori, segnatamente Winterthur e Generali, hanno poi rilevato l'incompletezza e la parzialità della raccolta di informazioni effettuata in proprio<sup>117</sup>. Lo scambio di informazioni, pertanto, agendo su tali elementi è idoneo ad aumentare i rischi di collusione tra le imprese che vi partecipano.

**162.** In merito alla maggiore attendibilità dei risultati conseguibili attraverso lo scambio, si consideri anche che le imprese hanno provveduto a controllare le informazioni immesse in Aequos, certificandone in tal modo la correttezza e completezza. Pertanto, ciascuna impresa ha potuto acquisire informazioni sui comportamenti commerciali dei concorrenti, non solo sostenendo un minor onere in termini di costi e di tempi di acquisizione ma anche ricevendone un vantaggio sotto il profilo della certezza dei dati, rispetto alla situazione in cui le stesse imprese si sarebbero trovate, ove avessero provveduto direttamente all'acquisizione delle medesime informazioni, attraverso, ad esempio, un'attività di *mystery shopping*. Sul punto vale ricordare che la stessa società Defaqto ha affermato che l'attività di *mystery shopping* può condurre a risultati insoddisfacenti<sup>118</sup>.

**163.** In altri termini, la partecipazione allo scambio garantisce alle imprese acquirenti di poter disporre di una corretta classificazione delle diverse voci che compongono i singoli prodotti assicurativi, nonché di una rappresentazione tendenzialmente completa dell'offerta sul mercato, peraltro aggiornata in modo tempestivo. In assenza di un fattivo contributo da parte delle imprese, Aequos non potrebbe avere quelle caratteristiche, attualmente riscontrate, che lo rendono d'interesse per gli operatori coinvolti nel presente procedimento, a differenza di altri prodotti, pure esistenti, che hanno scarsa diffusione.

**164.** Vale aggiungere che la stessa Iama ha affermato di ricorrere mensilmente alla richiesta diretta dei dati alle imprese quando le informazioni non siano altrimenti reperibili, il che dimostra che la ricerca delle informazioni dai canali alternativi alla comunicazione diretta con le imprese non è in grado di assicurare la sistematica completezza del database. La difficile reperibilità di informazioni sul mercato appare altresì attestata dalla stessa circostanza che Iama ha dichiarato di ricorrere talvolta anche ad "*informatori specializzati*" per la raccolta delle citate informazioni, con ciò riconoscendo addirittura la sussistenza di un mercato delle note informative e delle condizioni di polizza<sup>119</sup>.

**165.** Alla luce delle considerazioni che precedono, il circuito informativo sotteso all'elaborazione di Aequos, riducendo sensibilmente i costi ed i tempi di acquisizione di una raccolta di informazioni individuale da parte delle singole imprese, appare idoneo a facilitare la collusione tra le imprese partecipanti allo scambio. Sotto questo profilo, giova rilevare che l'Autorità ha già osservato che "*proprio la circostanza, sostenuta dalle parti, che le imprese avrebbero potuto autonomamente procurarsi tali informazioni, ma che tale procedura sarebbe stata più complicata ed avrebbe richiesto molto più tempo, conferma, come sottolineato dalla giurisprudenza comunitaria, che siffatta "comunicazione spontanea di tutte le informazioni importanti in materia di prezzi [si possa considerare] come una modificazione artificiale delle condizioni di concorrenza mirante ad instaurare un sistema di solidarietà ed influenza reciproche tra concorrenti"*<sup>120</sup>.

Nel caso di specie, pur sussistendo, come visto in procedura, la disponibilità delle imprese a cooperare alla messa a punto di un sistema completo ed affidabile di rappresentazione tempestiva delle caratteristiche dei prodotti esistenti sul mercato, va al tempo stesso considerato che, differentemente dal caso RC Auto, le informazioni contenute in Aequos non richiedono elaborazioni particolarmente significative.

Da questo punto di vista, pertanto, il fattuale contributo di Aequos al raggiungimento di un equilibrio collusivo nel settore delle polizze vita risulta meno significativo dello scambio di informazioni già accertato come gravemente restrittivo della concorrenza nel caso Rc Auto.

---

<sup>116</sup> [Cfr., al riguardo, docc. nn. 605 e 816.]

<sup>117</sup> [Cfr., paragrafi 65 e 66.]

<sup>118</sup> [Cfr., paragrafo 63.]

<sup>119</sup> [Cfr., paragrafo 86.]

<sup>120</sup> [Cfr. punto 253 del provvedimento Agcm n. 8546 del 28 luglio 2000, I/377, cit.]

### *f.2) I beneficiari dello scambio di informazioni*

**166.** Nella valutazione della portata anticompetitiva di un'attività finalizzata alla raccolta e messa in comune di informazioni assume grande rilievo la circostanza che le stesse vengano scambiate solo tra imprese, senza accrescere le informazioni di cui dispongono i consumatori, oppure che l'attività di produzione di informazione aumenti la trasparenza *in senso proprio* del mercato, nel senso che anche i consumatori ne beneficiano. Mentre, nel primo caso, uno scambio di informazioni solo tra le imprese attive in un mercato rafforza sempre le condizioni che permettono alle imprese di collocarsi in un equilibrio collusivo, più articolato e diverso è il risultato di mercato atteso nel secondo caso. Il possesso di una più accurata informazione su azioni e strategie imprenditoriali anche da parte dei consumatori modifica, invero, gli esiti di equilibrio dei mercati e può generare effetti positivi sulla concorrenza. In primo luogo, infatti, la trasparenza *propriamente intesa* accresce l'elasticità della domanda di impresa e ciò, anche solo dal punto di vista dell'analisi statica, comporta prezzi di equilibrio più bassi. In secondo luogo, in un contesto dinamico, l'accresciuta elasticità della domanda percepita da ciascuna impresa, può rendere meno stabili accordi collusivi. A tal fine, è opportuno considerare distintamente due effetti concomitanti, ma di segno contrario: da un lato, si accresce l'incentivo delle imprese ad abbassare i prezzi e, quindi, a deviare dal cartello (perché aumenta il numero di consumatori che acquistano il prodotto più conveniente); dall'altro, l'accresciuta elasticità della domanda, rende più temibili le punizioni (in termini di riduzioni dei prezzi) che i partecipanti al cartello possono mettere in atto nei confronti dell'impresa che ha deviato. La letteratura economica disponibile sul punto, mostra che il primo effetto tende a prevalere sul secondo, soprattutto in presenza di prodotti differenziati. In altri termini, un aumento della trasparenza del mercato *in senso proprio*, soprattutto in mercati differenziati, rende eventuali accordi collusivi meno stabili perché facilita la comparazione tra prodotti, altrimenti particolarmente onerosa da effettuare e, quindi, premia le imprese che decidono di abbassare i prezzi.

**167.** Nel caso in esame, l'inidoneità del prodotto Aequos ad accrescere la trasparenza del mercato *in senso proprio* consegue dalla stessa circostanza che il circuito informativo ad esso sotteso configuri, come detto, uno scambio di informazioni tra imprese concorrenti che, in quanto tale, veicola la conoscenza delle condizioni di offerta unicamente a vantaggio di tali operatori.

Infatti le evidenze documentali descritte nella parte in fatto attestano che Aequos, così come è stato concepito, risulta uno strumento ideato e realizzato unicamente per le (e con l'apporto determinante delle) imprese di assicurazione, ed invero gli unici acquirenti del prodotto commercializzato da Iama sono le imprese di assicurazione<sup>121</sup>.

**168.** A tale riguardo risultano prive di rilievo le eccezioni sollevate da Iama ovvero dall'Isvap, secondo le quali Aequos sarebbe acquisibile da chiunque risulti interessato, come dimostrerebbe l'esistenza di una trattativa in corso, per l'acquisto di un prodotto derivato da Aequos da parte del Movimento Consumatori.

Infatti, ciò che rileva ai fini di una maggiore trasparenza del mercato è, da un lato, la immediata accessibilità, dall'altro, la reale utilizzabilità dei dati elementari relativi alla singola compagnia da parte degli operatori del mercato, compresi i consumatori.

**169.** A seguito della circolare Isvap n. 533/D del 4 giugno 2004, le singole compagnie dovrebbero inserire sui propri siti internet le informazioni sui prodotti che intendono commercializzare. Ne dovrebbe conseguire, che ogni impresa potrebbe accedere individualmente e direttamente, senza oneri aggiuntivi, ai dati di pubblico dominio su tutti i prodotti disponibili nel mercato, rendendo quindi non più vantaggioso, in termini di differenziali di costo nella raccolta, il ricorso ad una società terza. Quanto all'impatto sulla trasparenza del mercato, rileva osservare che l'accessibilità alle stesse informazioni da parte dei consumatori, delle loro associazioni e, in ultima analisi, di tutti gli operatori di mercato, nella misura in cui consente una effettiva ed immediata comparazione tra i prodotti e quindi un incremento nell'elasticità della domanda e nella capacità di reazione dei consumatori, dovrebbe creare i presupposti, da valutare alla luce della specificità del mercato, per l'emergere di condizioni per una effettiva competizione.

### *f.3) Il contesto di mercato*

**170.** Preliminarmente all'analisi del contesto di mercato nel quale si inserisce il citato scambio di informazioni, si ritiene opportuno confutare la tesi sostenuta dall'Isvap, secondo la quale, il preteso scambio di informazioni non risulterebbe restrittivo della concorrenza, in quanto si inserirebbe in un contesto di mercato *"moderatamente concentrato"*. Sul punto giova rilevare, come del resto già riconosciuto dal Consiglio di Stato che il discrimine tra uno scambio di informazioni lecito ed uno vietato non può essere acriticamente ancorato alla distinzione tra mercati oligopolistici (in cui cioè uno scambio di informazioni è vietato) e mercati concorrenziali (in cui uno scambio di informazioni può contribuire ad intensificare la concorrenza). Appare infatti evidente, *"come i mercati non possono essere semplicisticamente suddivisi tra mercati effettivamente concorrenziali e mercati oligopolistici fortemente concentrati, esistendo, tra i due poli opposti, mercati con caratteristiche intermedie"*<sup>122</sup>. D'altro canto, come già rilevato nel precedente scambio di informazioni analizzato nel mercato RC Auto, *"la necessità di ricorrere ad un*

---

<sup>121</sup> [Cfr., paragrafi 54 e 55.]

<sup>122</sup> [Cfr., al riguardo, sentenza VI sezione del Consiglio di Stato, n. 2199/2002, RC Auto, cit.]

*equilibrio collusivo, nella forma di un'intesa, che abbia per oggetto lo scambio di informazioni, è maggiormente avvertita nei settori caratterizzati da un numero non piccolo di concorrenti*<sup>123</sup>.

**171.** Posta questa premessa, appare opportuno rammentare che lo scambio di informazioni sotteso all'elaborazione del database Aequos si inserisce in un contesto di mercato che, pur essendo relativamente concentrato, risulta assolutamente peculiare, in quanto caratterizzato da ridotti incentivi a competere, a causa delle difficoltà incontrate dai consumatori ad effettuare i necessari confronti concorrenziali.

**172.** Innanzitutto, risulta rilevante considerare, come del resto riconosciuto dalla stessa Autorità di settore, che il prodotto assicurativo è un prodotto tecnicamente complesso, che coniuga la complessità della parte assicurativa con quella finanziaria. Detta complessità non facilita confronti concorrenziali da parte dei consumatori, i quali per individuare il prodotto più idoneo a soddisfare le proprie esigenze, dovrebbero essere in grado di valutare correttamente le differenze relative ad una pluralità di caratteristiche. Si tratta di un confronto reso ancor più difficile dalla circostanza che sul mercato vengono immessi continuamente nuovi prodotti, che spesso si differenziano solo in maniera marginale rispetto a quelli già esistenti<sup>124</sup>.

**173.** Il confronto tra prodotti assicurativi risulta altresì ostacolato dalla pervasiva diffusione di accordi di distribuzione esclusiva che caratterizza sia la rete tradizionale che i nuovi canali distributivi, primo fra tutti la bancassicurazione. Gli intermediari plurimarca, e cioè essenzialmente i brokers, non sono di fatto presenti nel settore assicurativo vita<sup>125</sup>; inoltre, il ricorso ad internet per il confronto tra le caratteristiche dei diversi prodotti appare ancora limitato, data peraltro l'indisponibilità in rete di tutte le informazioni necessarie.

In tale contesto, allo stato attuale, il consumatore per poter confrontare prodotti differenti, anche ammesso che riesca a superare le difficoltà precedentemente segnalate, deve recarsi presso più punti vendita per acquisire le necessarie informazioni e ciò aumenta inevitabilmente i costi di ricerca.

**174.** Le descritte difficoltà di confronto inducono inevitabilmente il consumatore ad acquistare le polizze vita sulla base di un rapporto fiduciario con l'intermediario assicurativo, anche in considerazione del fatto che le imprese di assicurazione sono tenute, sulla base della normativa in materia di trasparenza, a fornire un elevato e dettagliato numero di informazioni, senza che esistano indicatori di sintesi idonei a semplificare la scelta del consumatore.

Che il rapporto di fiducia rappresenti di fatto uno degli elementi fondamentali nel processo di scelta della polizza assicurativa, è peraltro riconosciuto anche dagli stessi operatori. In questo senso, MPV ha sostenuto che *"in generale non sussiste un problema di scelta tra fornitori alternativi, in quanto nella maggior parte dei casi sussiste un rapporto di fiducia tra il cliente e la banca. Tra tali soggetti si instaura una relazione di servizio che dura in media 15/20 anni. In molti casi, i clienti scelgono la banca sulla base dell'offerta complessiva o perché già banca di famiglia"*<sup>126</sup>.

#### *f.4) Conclusioni*

**175.** Alla luce delle considerazioni che precedono, pertanto, e contrariamente a quanto rappresentato dall'Isvap, è possibile concludere che il prodotto Aequos, fornito da Iama alle sole imprese di assicurazione, è il frutto di uno scambio di informazioni sensibili, disaggregate e rilasciate a cadenza temporale ravvicinata tra concorrenti, che si inserisce in un contesto di mercato caratterizzato da profonde asimmetrie informative a svantaggio dei consumatori e che risulta fornito di un valore aggiunto rispetto alla ricerca diretta dei medesimi dati nel mercato da parte delle singole imprese. L'insieme di tali elementi induce ad una valutazione di restrittività dell'intesa, in quanto la rende idonea a facilitare il raggiungimento di equilibri collusivi.

#### **g) La consistenza dell'intesa**

**176.** Il citato scambio di informazioni, oltre ad avere un oggetto restrittivo della concorrenza è altresì consistente, in quanto coinvolge i principali gruppi assicurativi e degli altri prodotti del risparmio gestito. Appare appena il caso di ricordare che, per giurisprudenza consolidata, la verifica della consistenza di un'intesa deve essere effettuata avendo a riferimento le quote delle parti nei mercati interessati e non la quota relativa ai singoli prodotti così come sostenuto dalle parti<sup>127</sup>.

**177.** In merito alla consistenza dell'intesa in esame, nella sezione dedicata alla descrizione del mercato rilevante si è ampiamente argomentato come detto scambio di informazioni interessi, oltre alle imprese di assicurazione che hanno effettuato la comunicazione volontaria d'intesa, anche ulteriori soggetti che complessivamente rappresentano più del 70% dei mercati interessati, indipendentemente dalla definizione di mercato rilevante che si voglia adottare. Si è al riguardo mostrato come le imprese partecipanti allo scambio appartengono a gruppi che complessivamente detengono in ciascun ramo assicurativo interessato una quota di mercato superiore al 70%. Analoga quota è detenuta dai medesimi gruppi nel settore dei fondi comuni di investimento<sup>128</sup>. La consistenza della pratica concordata descritta

<sup>123</sup> [Cfr., al riguardo, provvedimento AGCM n. 8546, del 28 luglio 2000, I/377, cit.]

<sup>124</sup> [Cfr., paragrafo 131.]

<sup>125</sup> [Cfr., paragrafo 132.]

<sup>126</sup> [Cfr., paragrafo 129.]

<sup>127</sup> [Cfr., paragrafo 103.]

<sup>128</sup> [Cfr., paragrafi 129-130, nonché paragrafi 109-110.]

persiste anche escludendo, per le ragioni precedentemente esposte, Ras dal circuito informativo osservato. In tal caso, infatti, la quota di mercato complessiva dei partecipanti al circuito è superiore al 55% in ciascuno dei rami vita interessati.

**178.** Inoltre, la circostanza che esistono altri potenziali acquirenti del citato prodotto induce a ritenere che tale quota di mercato potrebbe ulteriormente aumentare. Il complesso di tali elementi, pertanto, dimostra che l'intesa in esame - contrariamente a quanto affermato dalle parti - presenta anche il requisito della consistenza.

Tutto ciò premesso e considerato;

#### DELIBERA

a) che le società Assicurazioni Generali S.p.A., Alleanza Assicurazioni S.p.A., Generali Vita S.p.A., Ina Vita S.p.A. Banco Popolare di Verona e Novara Scarl, Capitalia S.p.A., Fideuram Vita S.p.A., Intesa Vita S.p.A., Mediolanum Vita S.p.A., Montepaschi Vita S.p.A., Nationale Nederlanden Levensverzekering Maatschappij N.V., San Paolo Imi Wealth Management S.p.A. e Winterthur Vita S.p.A. hanno posto in essere, in violazione dell'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90, un'intesa orizzontale, nella forma di pratica concordata, consistente nello scambio sistematico di informazioni commerciali sensibili tra imprese concorrenti, attraverso la società di consulenza terza, Iama Consulting S.r.l.;

b) che le imprese citate cessino immediatamente dall'attuazione e continuazione dell'infrazione accertata, si astengano da ogni intesa analoga a quella accertata e comunichino entro 60 giorni dalla notificazione del presente provvedimento le misure adottate per rimuovere l'infrazione accertata.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati, comunicato all'ISVAP e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro il termine di sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Rita Ciccone*

IL PRESIDENTE

*Giuseppe Tesauro*