

Incentivi per la distribuzione dei prodotti IBIPs

Le novità normative in vigore dal 31 marzo 2022 e gli impatti operativi per produttori e distributori

GRANDI CAMBIAMENTI IN ARRIVO PER IMPRESE ED INTERMEDIARI PER QUANTO RIGUARDA IL TEMA DELLE COMMISSIONI E DEGLI INCENTIVI RILASCIATI O PERCEPITI IN RELAZIONE ALLA DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI DI TIPO IBIPs.

IL PROVVEDIMENTO 97/2020 DI MARZO 2021 STABILISCE INFATTI CHE PRODUTTORI E DISTRIBUTORI NON BANCARI (AGENTI E BROKERS) SONO TENUTI A CONFORMARSI INTEGRALMENTE ALLA DISPOSIZIONE CONTENUTA NELL'ART. 68-SEPTIES COMMA I, IN CUI SONO STABILITE LE CONDIZIONI DI AMMISSIBILITÀ DEGLI INCENTIVI, ENTRO IL 31 MARZO 2022

di Guido Cappa

Per cominciare a fare chiarezza sull'argomento occorre innanzitutto definire cosa si intende con il termine "incentivo". A livello europeo, la Commissione Europea ha definito all'art. 2 del regolamento 2359/2017 (in vigore dal 1/10/2018), riguardante gli obblighi di informazione e le norme di comportamento applicabili alla distribuzione di prodotti IBIPs cosa si intende per incentivo, ovvero "qualsiasi onorario, commissione o vantaggio non monetario fornito da o a tale intermediario o impresa in relazione alla distribuzione di un prodotto di investimento assicurativo, a o da qualsiasi soggetto diverso dal cliente interessato dalla transazione in questione o da un soggetto che agisca per conto di tale cliente". Il regolamento 40 integrato dal citato provvedimento IVASS 97/2020 recepisce questa definizione all'art. 68-sexies e dispone che "gli Intermediari e le Imprese di assicurazione non possono, in relazione all'attività di distribuzione di prodotti d'investimento

assicurativi, pagare o percepire compensi o commissioni oppure fornire o ricevere benefici non monetari a o da qualsiasi soggetto diverso dal contraente o da una persona che agisca per conto di questi, a meno che tali incentivi o schemi di incentivazione:

- a) abbiano lo scopo di accrescere la qualità dell'attività di distribuzione assicurativa;**
- b) non pregiudichino l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del contraente".**

Di fatto il succitato criterio rende uniformi i criteri in materia di incentivi tra disciplina finanziaria (già in vigore) e disciplina assicurativa.

LA REGOLAMENTAZIONE DEGLI INCENTIVI NEL CAMPO FINANZIARIO

La disciplina finanziaria ha disposto la regolamentazione degli incentivi a partire dal 31 marzo 2021 con la delibera CONSOB n. 20307 del 15 febbraio 2018 che ha modificato il Regolamento Intermediari Consob. Facendo un parallelo con i rimandi normativi della disciplina in materia assicurativa citati nell'articolo, è necessario fare riferimento al Titolo V del Regolamento Intermediari CONSOB, in particolare all'art. 52 (contenente i principi generali) e all'art. 53 (recante le condizioni di ammissibilità degli incentivi). IVASS nell'intento di uniformare la disciplina distributiva dei prodotti di tipo IBIPs per tutte le tipologie di distributori, ha conseguentemente applicato i medesimi principi criteri all'interno degli articoli 68-sexies (principi generali) e 68-septies (condizioni di ammissibilità) del Regolamento 40 IVASS così come modificato dal Provvedimento 97/2020. Fanno eccezione gli ambiti specifici della disciplina CONSOB applicabili unicamente ai distributori di tipo bancario quali ad esempio le regole inerenti la fornitura di ricerca in materia di investimenti.

Vediamo nello specifico cosa prevede l'articolo in questione:

L'art. 68-septies dispone che gli incentivi sono ammessi quando sono **soddisfatte congiuntamente le seguenti tre condizioni**, ovvero:

1) quando sono giustificati dalla prestazione di un servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale

al livello di incentivi ricevuti. In relazione al tipo di intermediario il servizio di livello superiore è indicato da:

- Una consulenza specifica sugli IBIPs e l'accesso a una vasta gamma di questo tipo di prodotti, tra cui un numero appropriato di prodotti di imprese che non hanno legami stretti con l'intermediario
 - Una consulenza specifica sugli IBIPs con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di valutare l'adeguatezza dei prodotti in cui il cliente ha investito o con un altro servizio continuativo in grado di costituire un valore aggiunto (es. la consulenza sull'asset allocation ottimale o l'assistenza nella gestione del contratto)
 - L'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di prodotti IBIPs, compreso un numero adeguato di prodotti di imprese che non hanno legami stretti con l'intermediario, insieme o alla fornitura di strumenti a valore aggiunto (es. strumenti di informazioni oggettivi) o alla fornitura di relazioni periodiche sulla performance e i costi e oneri collegati ai prodotti assicurativi
- 2) quando **non offrono vantaggi diretti all'impresa beneficiaria**, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;
- 3) quando sono **giustificati dalla garanzia di un beneficio continuativo** per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo.

Sempre nel medesimo articolo al comma 3 sono riportate le **condizioni di non ammissibilità**: l'incentivo è *"inammissibile qualora la prestazione dell'attività di distribuzione al contraente sia distorta o negativamente influenzata a causa del compenso, della commissione o del beneficio non monetario"*.

Le disposizioni precedentemente citate non si applicano agli incentivi che consentono lo svolgimento dell'attività di distribuzione assi-

curativa o sono necessari a tal fine e che, per loro natura, non possono entrare in conflitto con il dovere dell'intermediario di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi dei contraenti. Secondo le FAQ IVASS sul provvedimento 97, questa fattispecie fa riferimento a una casistica eccezionale e meramente residuale, comprendente solo le attività strettamente strumentali alla distribuzione e che non possono generare alcun tipo di conflitto di interesse. IVASS dichiara in modo esplicito che **le provvigioni concordate tra imprese e intermediari nell'ambito degli incarichi di distribuzione NON rientrano in questa casistica.**

Rientrano nella categoria delle attività strumentali:

- Le informazioni o la documentazione relativa ad un prodotto IBIPs di natura generica o personalizzata in funzione di uno specifico contraente
- Il materiale scritto da terzi, commissionato e pagato dal produttore del prodotto IBIPs per promuoverne la commercializzazione, o quando il soggetto terzo è contrattualmente impegnato e pagato dal produttore per produrre tale materiale in via continuativa, purché il rapporto sia chiaramente documentato nel materiale e quest'ultimo sia messo a disposizione di qualsiasi intermediario che desideri riceverlo o del pubblico in generale nello stesso momento
- Partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi sui vantaggi e sulle caratteristiche di un determinato prodotto IBIPs, attività di distribuzione assicurativa o consulenza su base indipendente.

L'Autorità di vigilanza fornisce pertanto un quadro puntuale di quali forme di remunerazione rientrino nella definizione di incentivo e delle condizioni di non ammissibilità. Per quanto concerne le condizioni di ammissibilità degli incentivi la stessa Autorità si limita invece a delineare dei criteri guida più generali che in quanto tali comportano un rischio di applicazione della norma disomogeneo da parte degli operatori coinvolti.

METODOLOGIA E CRITERI PROPOSTI DA EIOPA PER LA VALUTAZIONE DEL DANNO ARRECATO DAGLI INCENTIVI

Per avere indicazioni più precise sul quadro metodologico e sui criteri applicativi in materia di incentivi occorre far riferimento ad EIOPA. L'Ente, nel parere tecnico fornito alla Commissione Europea per la redazione degli Atti Delegati della IDD (v. *“Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive, 2017”*), propone infatti di introdurre una metodologia che sia basata su un principio di livello maggiore rispetto ai requisiti previsti dalla normativa MIFID e dalla direttiva IDD in modo da renderla omogenea per tutte le Imprese e gli Intermediari. Questa metodologia deve enunciare le circostanze in cui un incentivo può avere un impatto dannoso sul cliente e deve essere redatta in base ad una lista non esaustiva di criteri da considerare quando si valuta se gli incentivi aumentano il rischio di danno sulla qualità del servizio al cliente. L'obiettivo di questa lista non è quello di introdurre proibizioni de facto sulla ricezione/pagamento di incentivi, ma di fornire una guida agli operatori del mercato nel valutarli e di segnalare circostanze specifiche in cui il rischio di danno al cliente è maggiore.

Seguendo le indicazioni di EIOPA contenute nel Technical Advice, recepite con l'art. 8 del regolamento UE 2359/2017, le imprese e gli intermediari devono pertanto prendere in considerazione i seguenti criteri per valutare se gli incentivi o il sistema di incentivazione aumentano il rischio di danno al cliente:

- **L'incentivo incoraggia l'intermediario o l'impresa ad offrire o consigliare un prodotto o un servizio** ad un cliente quando potrebbe, dall'inizio, proporre un diverso prodotto o servizio disponibile che soddisferebbe meglio i bisogni del cliente
- **L'incentivo è esclusivamente o prevalentemente basato su criteri commerciali quantitativi** e non tiene conto appropriati criteri qualitativi che riflettano il rispetto della normativa applicabile, l'equo trattamento dei clienti e la qualità dei servizi offerti
- **Il valore dell'incentivo è sproporzionato** rispetto al valore del prodotto e dei servizi offerti (principio del “value for money”)

- **L'incentivo è interamente o principalmente pagato in anticipo** quando il prodotto viene venduto senza nessun meccanismo di rimborso nel caso il cliente receda dal contratto durante la fase iniziale;
- **Il sistema di incentivi non prevede un meccanismo di rimborso** appropriato nel caso in cui il cliente rinunci al prodotto durante la fase iniziale
- Il sistema di incentivi comprende qualsiasi forma di limite variabile o contingente così come qualsiasi altro tipo di acceleratore di valore che viene sbloccato raggiungendo un **obiettivo di vendite basato sul volume o sul valore delle vendite.**

REQUISITI ORGANIZZATIVI

Oltre a tenere in considerazione i criteri elencati in precedenza, sempre nei succitati Technical Advice di EIOPA ed all'art. 8 del regolamento 2359/2017, è previsto che imprese ed intermediari debbano stabilire, implementare e mantenere misure e procedure organizzative per valutare e garantire su base continuativa che gli incentivi generici pagati per un particolare tipo di contratto e la struttura del sistema di incentivi che pagano o ricevono:

- Non conducano ad un peggioramento della qualità del servizio fornito al cliente
- Non impediscano ad intermediari ed imprese di rispettare gli obblighi di comportamento onesto, equo e professionale in linea con i migliori interessi del cliente.

La valutazione dovrebbe essere basata su un'analisi complessiva che tiene in considerazione:

- Tutti i fattori rilevanti che possono aumentare o diminuire il rischio di danno
- Misure organizzative appropriate adottate dagli Intermediari per ridurre il rischio di impatto dannoso. L'obiettivo di queste misure è assicurare che gli incentivi non forniscano motivazioni a svolgere l'attività distributiva in modi che non siano conformi all'agire nel migliore interesse del cliente.

Le precedenti valutazioni vanno documentate attraverso un supporto durevole. Inoltre, come parte della policy sui conflitti d'interesse, le Imprese e gli Intermediari assicurativi dovrebbero

disporre di una policy riguardante gli omaggi e i benefici in cui vengono sanciti quali omaggi e quali benefici sono ammissibili e cosa succede nel caso in cui i limiti vengano superati.

REGOLE DI COMPORTAMENTO E GESTIONE DEL CONFLITTO DI INTERESSI

A livello di normativa nazionale, alcuni dei criteri sopra citati fanno parte delle norme in materia di comportamento degli intermediari e di gestione dei conflitti di interessi previsti dal CAP e ripresi dall'IVASS attraverso il regolamento 40/2018. Il capo II bis dedicato alle Regole di comportamento per la distribuzione di prodotti d'investimento assicurativi, conferma le medesime disposizioni già previste dal capo II in ambito di Regole di distribuzione di prodotti assicurativi diversi dai prodotti d'investimento assicurativi per quanto riguarda le regole generali di comportamento tra le quali rientra il sopracitato comportarsi con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel miglior interesse dei contraenti e degli assicurati in modo da non recare pregiudizio agli stessi (art. 54), le disposizioni per la gestione dei conflitti d'interesse (art. 55) e la valutazione dei bisogni e delle esigenze del contraente (art. 58).

COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

Il tema degli incentivi è necessariamente correlato a quello della trasparenza informativa, sulla quale si basa il corretto ed onesto comportamento che Imprese ed Intermediari devono adottare per perseguire il migliore interesse del cliente. Il tema è ampiamente regolamentato da IVASS che, tramite il regolamento 40/2018 integrato con le disposizioni del provvedimento 97, a partire dal 31/03/2022 porrà delle condizioni stringenti a Imprese ed Intermediari in materia di distribuzione di prodotti IBIPs, ovvero:

- L'esistenza, la natura e l'importo degli incentivi o schemi di incentivazione o (qualora l'importo non possa essere accertato) il metodo di calcolo di tale importo, devono essere comunicati chiaramente al contraente, in modo completo, accurato e comprensibile, prima della distribuzione di un prodotto IBIPs
- Laddove applicabile, si informano i contraenti in merito ai meccanismi per trasferire agli stessi i compensi, le commissioni o i be-

- nefici monetari / non monetari percepiti per l'attività di distribuzione
- Le informazioni sono fornite in una forma comprensibile in modo che i contraenti possano ragionevolmente comprendere la natura dell'attività di distribuzione e del tipo specifico di prodotto IBIPs che sono loro proposti, nonché i rischi connessi in modo che possano prendere le decisioni in materia di investimenti con cognizione di causa
 - In relazione a ogni pagamento o beneficio ricevuto da o pagato a terzi, gli Intermediari:
 - prima di distribuire un prodotto IBIPs, forniscono ai contraenti le informazioni sopracitate. I benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico, mentre gli altri benefici non monetari ricevuti o pagati sono quantificati e indicati separatamente
 - qualora non siano stati in grado di quantificare prima l'importo del pagamento o del beneficio da ricevere o pagare e abbiano invece comunicato ai contraenti il metodo di calcolo di tale importo, rendono noto successivamente l'esatto ammontare del pagamento o del beneficio ricevuto o pagato
 - nel caso di incentivi continuativi, comunicano singolarmente ai contraenti, almeno una volta l'anno, l'importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati. I benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico.
 - Gli Intermediari conservano evidenza del fatto che i compensi, le commissioni o i benefici non monetari pagati o ricevuti sono concepiti per migliorare la qualità dell'attività di distribuzione assicurativa:
 - tenendo un elenco interno di tutti i compensi, commissioni e benefici non monetari ricevuti da terzi in relazione alla prestazione dell'attività di distribuzione assicurativa
 - registrando il modo in cui i compensi, commissioni e benefici non monetari pagati o ricevuti dall'Intermediario migliorino la qualità dell'attività di distribuzione prestata ai contraenti, nonché le misure adottate al fine di non pregiudicare il dovere di agire in modo onesto, imparziale e professionale per servire al meglio i loro interessi.

ANALISI DEL PARERE TECNICO FORNITO DA EIOPA

Una tra le aree identificate come problematiche dalla Commissione europea nella redazione della Insurance Distribution Directive (direttiva UE 2016/97) è stata proprio quella dei conflitti d'interessi derivanti dai criteri utilizzati nei sistemi di remunerazione in quanto soggetta a rischio elevato, tanto più evidente nei prodotti IBIPs (Insurance Based Investment Products) data la loro complessità.

Tenendo presente questa situazione, EIOPA nel parere tecnico fornito alla Commissione Europea per la redazione degli Atti Delegati della IDD (v. *“Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive, 2017”*) aveva individuato le seguenti soluzioni operative che potrebbero risolvere le problematiche sopracitate:

- Aumentare la protezione del consumatore e promuovere una situazione in cui tutti i distributori operino nelle stesse condizioni mediante un approccio coerente riguardo l'identificazione e la valutazione degli incentivi che rischiano di danneggiare la qualità dei servizi forniti al cliente così come promuovere pratiche che possano mitigare i rischi associati agli incentivi
- Incoraggiare l'applicazione di misure organizzative che intermediari e compagnie devono avere per garantire che gli incentivi non portino a un deterioramento del servizio fornito al cliente o che impediscano l'agire onestamente, equamente e nei migliori interessi del cliente
- Migliorare le dinamiche del mercato, supportando una coerenza nelle metodologie tra prodotti IBIPs e prodotti finanziari nell'ambito di applicazione della MiFID II.

Al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati, EIOPA sempre nel Technical Advice del 2017 ha proposto i seguenti quattro diversi criteri operativi per implementare nel concreto le soluzioni di cui sopra:

- 1) La **necessità di un principio generale** sugli incentivi che rischiano di causare danni al cliente

- 2) L'**identificazione degli incentivi** che possono aumentare il rischio di danno al consumatore
- 3) L'**identificazione delle circostanze** che possono ridurre il rischio che gli incentivi abbiano un impatto dannoso
- 4) Sviluppare **requisiti organizzativi** collegati agli incentivi.

Successivamente, per ogni opzione sono state individuate più metodologie di applicazione per poi arrivare a consigliare la modalità che risulta più vantaggiosa per i clienti, per le imprese e per le Autorità Nazionali Competenti (ANC). Riportiamo di seguito la migliore scelta secondo EIO-PA per ciascuno dei quattro criteri sopracitati:

- 1) La necessità di un principio generale verrebbe risolta introducendo un **principio di livello superiore basato sull'art. 17 IDD** che dichiara non ammissibili gli incentivi che forniscono una forte motivazione a svolgere l'attività distributiva in un modo che arrechi danno al cliente;

Benefici	Costi
<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, maggiore protezione grazie all'aggiunta di un nuovo articolo che gestisce i conflitti d'interesse; livello di protezione dei consumatori omogeneo in tutti gli Stati Membri. - Per l'industria, la certezza normativa sull'interpretazione ridurrebbe i costi di consulenza sulla compliance per l'implementazione; stesso livello normativo per tutti gli Stati Membri; nel lungo termine maggiore fiducia da parte dei clienti nei servizi offerti. - Per le ANC, nessuna necessità di ricorrere ad esperti per chiarimenti riguardanti la corretta applicazione della norma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, conseguenze negative sulla concorrenza e sulla scelta dei prodotti/fornitori/servizi meno rilevanti, sebbene non siano completamente da escludere. - Per l'industria, anche se meno rilevante, l'impatto sui business esistenti (minori ricavi) non può essere escluso dal momento in cui alcuni incentivi di uso comune possono arrecare un danno; costi per la formazione dei dipendenti. - Per le ANC, costi per la supervisione e l'applicazione; spese per la formazione dei dipendenti.

- 2) L'identificazione degli incentivi può essere effettuata sviluppando una **lista di incentivi che hanno forti possibilità di condurre al deterioramento della qualità del servizio** fornito al cliente e consegnandola alle imprese e agli intermediari;

Benefici	Costi
<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, una lista dettagliata di incentivi fa sì che le aziende e gli intermediari assicurativi siano consapevoli di quali comportano un alto rischio di deterioramento della qualità del servizio fornito e di conseguenza richiede di prendere delle misure organizzative adeguate a mitigare i rischi o di astenersi dal pagare o ricevere questi incentivi. - Per l'industria, nel lungo termine maggiore fiducia da parte dei clienti nei servizi offerti. - Per le ANC, una lista dettagliata di incentivi aiuta le ANC a supervisionare e far rispettare i nuovi requisiti sugli incentivi come riportato nell'art. 29 IDD. 	<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, possibili conseguenze negative per i business esistenti, in particolare per quelli che dipendono dalle commissioni per finanziare il loro business così come i piccoli intermediari, poiché questa soluzione porterebbe a una concorrenza ed una scelta dei prodotti/fornitori/servizi ridotte. - Per l'industria, possibili conseguenze negative sui business esistenti (minori ricavi), in particolare quelli interamente finanziati da commissioni; alcune aziende dovrebbero cambiare la struttura dei profitti; costi per la formazione dei dipendenti. - Per le ANC, costi per la supervisione e l'applicazione; spese per la formazione dei dipendenti.

- 3) Per l'identificazione delle circostanze EIO-PA ha deciso di **non intervenire**, perché una lista comporterebbe un elevato rischio di creare "scappatoie" per l'arbitraggio regolamentare e limitare di conseguenza la capacità delle ANC di adottare misure restrittive;

Benefici	Costi
<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, nessun rischio di allungare la lista di pratiche ad alto rischio o la creazione di scappatoie per l'aggiramento delle norme, perciò si mantiene un alto grado di protezione del consumatore. - Per l'industria, nessun beneficio identificato. - Per le ANC, nessun costo addizionale per la supervisione e nessun bisogno di mantenere continuamente aggiornata la lista di fattori che riducono il rischio di danno in base agli sviluppi tecnologici e del mercato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, nessun costo identificato. - Per l'industria, nessuna indicazione sulle circostanze in cui il rischio di danno è minore. - Per le ANC, nessuna indicazione sulle circostanze in cui il rischio di danno è minore.

4) Riguardo i requisiti organizzativi EIOPA suggerisce di **sviluppare dei requisiti organizzativi sulla base delle particolarità di aziende e intermediari assicurativi** che distribuiscono prodotti IBIPs. I precedenti soggetti dovrebbero adottare una policy che preveda l'adozione di misure per la valutazione del rischio di danno causato dagli incentivi.

Benefici	Costi
<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, le misure organizzative hanno l'obiettivo di assicurare che le compagnie e gli intermediari rispettino i requisiti normativi a beneficio dei clienti. - Per l'industria, avere dei buoni sistemi a posto e dei buoni controlli supportano la compliance delle aziende ai requisiti sugli incentivi. - Per le ANC, i requisiti di archiviazione dei dati permette una migliore supervisione e valutazione su quali punti le aziende non sono allineate alle disposizioni. 	<ul style="list-style-type: none"> - Per i clienti, maggiori costi potenziali dovuti ai costi di compliance più elevati. - Per l'industria, costi per la creazione di nuovi sistemi e controlli, i costi specifici dipendono dai requisiti organizzativi richiesti. - Per le ANC, materiale addizionale da valutare.

CONCLUSIONI

In definitiva, la regolamentazione in materia di incentivi presenta ancora aspetti che pur essendo chiaramente identificati restano di difficile applicazione. In primis occorrerà verificare come il mercato dei produttori andrà a regolare da un punto di vista contrattuale il tema della remunerazione agli intermediari in relazione alle varie tipologie di accordo provvigionale oggi in essere. Il tema presenta notevoli complessità di soluzione in particolare sulle reti di vendita di tipo agenziale. Contestualmente occorrerà in modo esaustivo chiarire come nel concreto si debba intendere per servizio "aggiuntivo" o di "livello superiore". È certo che non si potranno considerare come di innalzamento della qualità del servizio tutte quelle attività che sono già oggi considerate obbligatorie dalla normativa attualmente in vigore in materia di consulenza per i prodotti IBIPs. Tra i requisiti del servizio di più alto livello ci dovrà inoltre essere il fatto che questo sia effettivamente fornito nei confronti di un cliente specifico. Il concetto di effettività rende quindi non rilevanti quei servizi che, in quanto generici o mancanti di preventiva comunicazione, non siano in condizione di colpire il destinatario finale. Da ultimo occorrerà rispettare il principio di proporzionalità previsto dalla IDD e che già oggi viene applicato in ambito finanziario (disciplina MIFID): il livello degli incentivi riconosciuti/percepiti dovrà essere ricondotto a dei parametri quali-quantitativi di proporzionalità rispetto alla qualità del servizio fornita al cliente effettivo destinatario.

© Riproduzione riservata

ANNUNCIO PROFESSIONALE

RCA BROKER SRL RICERCA INTERMEDIARI ASSICURATIVI PER APERTURA NUOVE FILIALI IN TUTTA ITALIA



Si richiede esperienza nel settore, portafoglio clienti, orientamento costruttivo nei confronti della burocrazia.

Si offre agenzia digitale chiavi in mano (con area clienti e modulo di video identificazione, firma digitale), provvigioni da filiale ed esclusiva territoriale (bacino da concordare).

Il progetto prevede iniziative congiunte di lead generation e marketing digitale (con presenza su store locator aziendale)

Inviare curriculum/presentazione a info@rcabroker.it