

INDICE

Capitolo I

Le ragioni e l'impostazione dell'indagine	p. 7
1. L'evoluzione della bancassicurazione come canale di distribuzione»	7
2. Le pratiche di vendita abbinata come strumento di <i>marketing: cross selling e bundling</i>»	13
3. Le forme di tutela nella contrattazione di massa e l'impostazione dell'indagine relativamente ai prodotti assicurativi offerti in abbinamento»	19

Capitolo II.

L'evoluzione della disciplina che legittima la banca a distribuire prodotti assicurativi»	29
1. L'affermazione della banca come intermediario assicurativo. La legge bancaria del 1936-38 e gli albi di agenti e broker di assicurazione.»	29
2. Il TUB, il codice delle assicurazioni e la normativa settoriale»	33
3 L'evoluzione del quadro normativo europeo: l'EIOPA e la direttiva sulla distribuzione assicurativa (IDD)»	36
4. (<i>Segue</i>) I soggetti tutelati dalla disciplina assicurativa»	42
5. (<i>Segue</i>) Nella vendita abbinata di prodotti assicurativi.»	47

Capitolo III

Le pratiche commerciali scorrette come normativa di tutela generale nel mercato assicurativo»	51
1. La tutela "orizzontale" approntata con la Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali e il criterio di specialità.»	51
2. Il criterio di specialità e la disciplina assicurativa: dal consumatore al contraente/assicurato»	57
3. Il consumatore medio»	61
4. (<i>Segue</i>) Il parametro sostitutivo scaturente dalla specialità della disciplina assicurativa: il membro medio del mercato di riferimento»	65
5. Le pratiche commerciali scorrette e le relazioni con gli assicurati: impostazione dell'indagine»	69
6. (<i>Segue</i>) I messaggi pubblicitari e la presentazione di prodotti abbinati mediante tecniche di comunicazione a distanza»	70
7. (<i>Segue</i>) La relazione negoziale: prodotti assicurativi facoltativi ma presentati come obbligatori.»	74
8. (<i>Segue</i>) Le pratiche "defatiganti" nell'esecuzione del contratto di assicurazione e nella liquidazione dei sinistri.»	78

Capitolo IV

La normativa settoriale sulle pratiche di vendita abbinata nella bancassicurazione »	83
1. L'approccio delle autorità europee al cross-selling. »	83
2. (<i>Segue</i>) Le PPI nell'analisi di IVASS e Banca d'Italia ed i comportamenti attesi »	91
3. La disciplina italiana sulle vendite abbinate anteriore alla IDD. »	94
4. La disciplina sulle vendite abbinate introdotta dalla IDD. »	98
5. Profili problematici. La nozione di "accessorietà" del prodotto o servizio abbinato »	104
6. (<i>Segue</i>) La potestà dell'EIOPA e degli Stati membri »	113
7. (<i>Segue</i>) Le vendite abbinate che comprendono prodotti d'investimento assicurativi »	117

Capitolo V

Le regole sulla realizzazione e il governo dei prodotti abbinati nella bancassicurazione »	121
1. La POG come rimedio individuato dalle autorità di vigilanza per mitigare le negatività riscontrate nelle pratiche di vendita abbinata »	121
2. I profili del processo POG rilevanti per le vendite abbinate: <i>product testing</i> e <i>value for money</i> . Considerazioni critiche »	127
3. La banca come intermediario assicurativo polifunzionale e il frazionamento delle competenze sulla distribuzione »	134