

Roma, 04 agosto 2026
(Prot. n. 15-CIR/2026)

Ai Presidenti dei Gruppi Aziendali

Agli organi direttivi di ANAPA

Agli associati di ANAPA

Agli Agenti di assicurazione interessati

Loro sedi

Oggetto: Novità normative in materia di vendita a distanza di prodotti assicurativi

*Care Colleghe, cari Colleghi,
Gentili Presidenti dei Gruppi Agenti,*

I D.Lgs. 31 dicembre 2025, n. 209 ha introdotto novità normative che riguardano anche l'attività di distribuzione assicurativa svolta a distanza (telefono, siti internet, app, e-mail, portali di comparazione, ecc.), con effetti pratici sui rapporti con la clientela e sulle procedure di agenzia. Esso interviene nei confronti del Codice delle Assicurazioni Private e di conseguenza verso il regolamento Ivass n. 40/2018.

A tal fine giova ricordare che si parla di "vendita a distanza" soltanto quando l'intero processo di promozione, offerta e conclusione si svolge senza presenza fisica simultanea.

A tale proposito il Decreto che, pubblicato in G.U. l'8 gennaio 2026, è entrato in vigore il 19 giugno, ha approntato le seguenti modifiche:

1. Rafforzamento dell'informativa precontrattuale (art. 121, comma 1, lett. f, CAP)

In caso di vendita a distanza, il distributore deve fornire al contraente, oltre alle informazioni già previste dal CAP, anche le seguenti informazioni precontrattuali "rafforzate" richieste dai nuovi articoli del Codice del Consumo:

- art. 59-quater — contenuto e modalità delle informazioni precontrattuali: devono essere chiare, comprensibili, su supporto durevole e di facile lettura; è ammessa la "stratificazione" delle informazioni (livello essenziale sempre visibile + livelli di dettaglio accessori);

- art. 59-quinquies — regole specifiche per le comunicazioni effettuate mediante telefonia vocale;
- art. 59-septies — clausola di "rete di sicurezza": se una normativa UE di settore prevede già obblighi informativi precontrattuali specifici, prevale quella normativa speciale.

Novità pratica: se le informazioni vengono fornite meno di un giorno prima che il cliente sia vincolato dal contratto, è previsto un apposito "promemoria di recesso" da inviare al contraente.

2. Diritto di recesso nei contratti assicurativi a distanza (art. 167-bis CAP)

Viene introdotta una disciplina specifica sui casi di esclusione del diritto di recesso nei contratti di assicurazione conclusi a distanza. Il recesso non può essere esercitato se, entro 14 giorni dalla conclusione del contratto:

- il contraente ha già richiesto la liquidazione dell'indennizzo o delle somme assicurate; oppure
- si è già verificato il sinistro, nel caso di polizze obbligatorie.

A livello generale (Codice del Consumo), il termine ordinario di recesso per i servizi finanziari a distanza è di 14 giorni di calendario, esteso a 30 giorni per i contratti riferiti a forme pensionistiche complementari, incluse le assicurazioni vita.

Se il cliente non riceve correttamente le informazioni dovute, con particolare attenzione alle informazioni sul recesso, e nelle forme dovute, il termine stesso di recesso può estendersi fino a 12 mesi e 14 giorni, o restare privo di scadenza.

Nei contratti conclusi tramite interfaccia online (siti/app), il cliente può inoltre recedere tramite una dichiarazione di recesso online (nuovo art. 54-bis Codice del Consumo) che deve essere chiara e facilmente accessibile.

3. Altre novità di cornice (dal Codice del Consumo, applicabili anche alla distribuzione assicurativa a distanza)

- Onere della prova: spetta al distributore dimostrare di aver rispettato gli obblighi informativi (art. 59-sexies Cod. Consumo) — da qui l'importanza della tracciabilità/conservazione della documentazione;
- Divieto di "dark patterns": vietate interfacce online che inducono in errore o compromettono la libera decisione del consumatore (art. 59-undecies Cod. Consumo);
- Diritto all'intervento umano: se si utilizzano strumenti automatizzati (chatbot, robo-advice), il cliente ha diritto di chiedere di interloquire con una persona fisica (art. 59-decies Cod. Consumo).

4. Sanzioni

Sanzioni: per le violazioni sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari, il Codice del Consumo prevede una sanzione amministrativa pecuniaria da 7.500 a 75.000 euro (raddoppiabile nei casi più gravi) e, in alcune ipotesi, la nullità "di protezione" del contratto (ad es. se si ostacola il recesso o non si rimborsano le somme dovute).

Una nuova compliance che interviene sulla modulistica precontrattuale che andrà adeguata, la informativa sul recesso, sui canali digitali e gli strumenti automatizzati, sulla conservazione della documentazione e delle registrazioni, sulla gestione dei clienti ante e post 19 giugno, sulla formazione dei collaboratori sulle nuove norme, e sul monitoraggio dei processi.

In sintesi: cosa cambia per gli intermediari

- Maggiore attenzione all'informativa precontrattuale, che dovrà essere fornita in modo chiaro, comprensibile e facilmente accessibile al cliente.
- Necessità di poter dimostrare l'avvenuta consegna delle informazioni precontrattuali, attraverso adeguati sistemi di tracciabilità e conservazione documentale.
- Particolare rilevanza delle informazioni sul diritto di recesso, la cui mancata o non corretta comunicazione può estendere significativamente i termini entro cui il cliente può esercitarlo.
- Adeguamento dei processi di vendita online e telefonica, evitando modalità operative o interfacce che possano influenzare impropriamente le scelte del consumatore.
- Rafforzamento dei presidi di compliance e dei controlli interni, per garantire il rispetto delle nuove disposizioni ed evitare potenziali sanzioni.

Per approfondimenti rimandiamo all'articolo di [Assinews di Luglio-Agosto 2026](#).

Con i migliori saluti.

ANAPA Rete ImpresAgenzia

Allegati:

- [Articolo di Assinews di Luglio-Agosto 2026](#)