

POG

distributore

Product Oversight Governance

(meccanismi di distribuzione)

Agenzia di Ciardi Nicola
Sede Adelfia BARI-
Via Vittorio Veneto 69
N. iscrizione RUI A000584162

Tutor Point Srls
Via dei Sette Metri, 107/i
N. iscrizione RUI E000598091

Parte I - versione marzo 2021

<p>Oggetto e scopo del POG</p> 	<p>I) Stabilisce le regole di comportamento da adottare nell'esercizio dell'attività distributiva in conformità a:</p> <table border="1" data-bbox="384 197 1321 786"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td>Reg. IVASS n. 45/2020</td> <td>Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi</td> </tr> <tr> <td>Reg. IVASS n. 40/2018</td> <td>Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020</td> </tr> <tr> <td>Reg. Delegato UE 2017/2359</td> <td>Regolamento IBIPs</td> </tr> <tr> <td>Reg. Delegato UE 2017/2358</td> <td>Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97</td> </tr> <tr> <td>Dir. Delegata UE 2017/593</td> <td>Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.</td> </tr> <tr> <td>Reg. Delegato UE 2017/565</td> <td>Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento</td> </tr> <tr> <td>D. lgs. N. 209/2005</td> <td>Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)</td> </tr> </table> <p>II) descrive i protocolli e le procedure che la rete di collaboratori di agenzia deve seguire nella distribuzione di prodotti assicurativi al fine di¹:</p> <ul style="list-style-type: none"> - evitare ed attenuare il pregiudizio per il cliente; - supportare correttamente il conflitto di interessi; - garantire che gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti siano debitamente tenuti in considerazione. <p>III) Regolamenta i flussi informativi</p> <p>IV) Stabilisce i meccanismi di distribuzione ed i presidi necessari al rispetto di quanto disposto dall'art. 11 del Reg. IVASS n. 45/2020 coerenti con le dimensioni dell'intermediario e la complessità dell'attività svolta.</p> <p>Illustra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gli obiettivi della politica di distribuzione e di monitoraggio nel continuo dei prodotti al fine di tutelare l'interesse del cliente; - i compiti da svolgere ed il responsabile di tali compiti; - i processi e le procedure di segnalazione da utilizzare, anche con riferimento ai flussi informativi con la Compagnia; - La modalità di comunicazione di qualsiasi fatto rilevante che possa essere di ostacolo all'adempimento dei rispettivi doveri. 			Reg. IVASS n. 45/2020	Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi	Reg. IVASS n. 40/2018	Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020	Reg. Delegato UE 2017/2359	Regolamento IBIPs	Reg. Delegato UE 2017/2358	Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97	Dir. Delegata UE 2017/593	Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.	Reg. Delegato UE 2017/565	Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento	D. lgs. N. 209/2005	Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)
																	
Reg. IVASS n. 45/2020	Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi																
Reg. IVASS n. 40/2018	Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020																
Reg. Delegato UE 2017/2359	Regolamento IBIPs																
Reg. Delegato UE 2017/2358	Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97																
Dir. Delegata UE 2017/593	Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.																
Reg. Delegato UE 2017/565	Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento																
D. lgs. N. 209/2005	Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)																
<p>Destinatari</p> 	<p>Il presente documento è destinato all'intera rete distributiva dell'agenzia. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'agente; - i dipendenti e i collaboratori addetti all'attività di distribuzione, sia all'interno che all'esterno dei locali - gli addetti all'attività di distribuzione di cui i collaboratori si avvalgono; - i distributori che sottoscrivono con l'agente collaborazioni ai sensi dell'art. 22, comma 10, d.l. 17972012 conv. in l. 221/2012 (c.d. 'collaborazioni A con A o A con B); - intermediari a titolo accessorio 																

¹ Nel rispetto del disposto dell'art. 10 del Regolamento (UE) 2017/2358 e art. 11 del Reg. IVASS n. 45/2020.

Legenda	
	Presidi adottati
	Evidenze
	Analisi dei Rischi

Il processo POG si applica:

a tutti i prodotti assicurativi,

- individuali e collettivi, messi in commercio a far data dal 1° ottobre 2018;
- a tutti prodotti assicurativi, individuali e collettivi, già in commercio, in caso subiscano modifiche significative,

esso prevede obblighi sia in capo al produttore (la Compagnia mandante) che in capo al distributore (l'Agenzia scrivente).

In particolare, il presente documento detta le linee guida ovvero indica le misure e le procedure che il sottoscritto Distributore adotta in materia di governo e controllo del prodotto dopo aver acquisito piena coscienza delle Politiche in materia di governo e controllo del prodotto di cui si sono dotate le Compagnie mandanti.

Le disposizioni adottate nel presente documento sono proporzionate alle attività svolte, ai prodotti assicurativi venduti e al tipo di Distributore. Di volta in volta e caso per caso saranno integrate le misure ove ciò sia richiesto dalla complessità dell'attività da svolgere in relazione al prodotto assicurativo da vendere. Il documento che è rivolto a tutti i collaboratori dell'agenzia, compresi i soggetti con il quali l'agente sigla un accordo di collaborazione orizzontale, deve prevedere:

- che le informazioni relative alla percezione di tutte le remunerazioni da comunicarsi prima della sottoscrizione del contratto, siano trasmesse al cliente;
- che le informazioni su costi e oneri all'attività di distribuzione di cui agli articoli 18 e 25 del Regolamento IVASS n. 41 del 2018 siano comunicate all'impresa di assicurazione;
- il rispetto dei requisiti POG;
- l'obbligo di inserimento negli Allegati 4 e 4-bis della corretta e completa informativa, nel caso in cui la vendita viene eseguita per mezzo di un accordo di collaborazione indicando l'identità degli intermediari, la sezione di appartenenza e il ruolo svolto dai medesimi nell'ambito della collaborazione.

Premesso che il progetto POG presidiato dal sottoscritto Distributore inizia con la ricezione della circolare di compagnia e si compie con la distribuzione del prodotto, le misure e procedure approvate da questa Agenzia riguardano tutte le fasi comprese in questo perimetro operativo.

Il documento si compone di tre sezioni:

Sezione I - Linee Guida in materia di distribuzione del prodotto assicurativo

- Acquisizione e trasmissione delle informazioni ricevute dalla Compagnia per comprendere le caratteristiche dei prodotti..... pag.4
- Strategia distributiva " 6
 - o Prodotti distribuiti " 6
 - o Meccanismi di distribuzione " 7
 - o Valutazione del bisogno assicurativo..... " 9
 - o La vendita con consulenza " 11
 - o Vendita abbinata " 12
 - o L'informativa precontrattuale..... " 13
 - per la trasparenza e la concorrenza " 13
 - per la conclusione del contratto in forma individuale..... " 13
 - per la conclusione del contratto in forma collettiva " 14
 - modalità di consegna dell'informativa " 15

- Conservazione della documentazione “ 17

Sezione II - Linee Guida in materia di conflitto di interessi

- Gestione del conflitto di interessi..... “ 18
 - o Misure di gestione dei conflitti “ 18
- Regolamento degli incentivi “ 20
 - o Disposizioni in materia di incentivi per i prodotti IBIPs “ 21

Sezione III – Monitoraggio “ 22

Sezione I

1. Linee Guida in materia di distribuzione del prodotto assicurativo

Acquisizione e trasmissione delle informazioni ricevute dalla Compagnia per comprendere le caratteristiche dei prodotti

L'Agente acquisisce dalla Compagnia le informazioni necessarie per comprendere le caratteristiche dei prodotti assicurativi (nuovi o sostanzialmente modificati)² e valuta la compatibilità con le esigenze e le richieste del cliente.

Tale informativa viene fornita nella **Circolare** (o altro documento predisposto dal produttore) di prodotto e ripresa, ove opportuno, nel materiale formativo.

L'Agente **verifica** che tra **le informazioni** fornite dalla Compagnia vi siano:

- principali caratteristiche del prodotto assicurativo;
- rischi e costi, inclusi i costi impliciti, correlati al prodotto assicurativo;
- processo di approvazione del prodotto, compreso il suo mercato di riferimento (target market positivo e negativo³) e la connessa strategia distributiva;
- eventuali circostanze che possono causare un conflitto di interessi a danno del cliente;
- altre informazioni utili ad individuare il mercato di riferimento ovvero i gruppi di clienti per i quali il prodotto non risulta “compatibile”;

se le ritiene appropriate le trasmette a tutti gli addetti all'attività di intermediazione esterni e interni individuando, di volta in volta, i canali informativi più efficienti per gestire le comunicazioni con la propria rete distributiva, affinché sia garantita l'osservanza da parte della stessa delle modalità operative richieste dalla disciplina POG per il collocamento dei prodotti.

<p>Presidio</p> 	<p>Quotidianamente l'Agente personalmente e/ o un suo collaboratore, a ciò espressamente delegato, consulta il sito intranet di Compagnia per verificare se quest'ultima abbia pubblicato circolari di prodotto o inerenti i meccanismi di distribuzione. In caso positivo, scarica la circolare in formato digitale e/o cartaceo, archiviandoli nel fascicolo dedicato e predisposto per ogni prodotto.</p> <p>L'Agente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analizza la circolare; - verifica che tali informazioni siano appropriate, chiare, complete e aggiornate; - invia/consegna copia a tutti i dipendenti/collaboratori/addetti della propria rete, che non abbiano autorizzazione all'accesso ai portali di Compagnia, tracciando tale azione (raccolgendo firma per ricevuta sul documento cartaceo; richiedendo una e-mail per ricevuta in caso di invio digitale; ecc.); - avvisa i dipendenti/collaboratori/addetti della propria rete, che abbiano autorizzazione all'accesso ai portali di Compagnia, di scaricare, stampare, leggere, comprendere e conservare la circolare, chiedendo conferma di tutto ciò a mezzo e-mail o altra dichiarazione scritta; - Valuta se indire una riunione al fine di illustrare la circolare ai destinatari del presente (dipendenti/collaboratori/addetti); - Per le circolari più complesse invia ai destinatari del presente documento una nota integrativa
--	--

² Acquisiti in base all'accordo sottoscritto con la Mandante ai sensi dell'art. 13 del Reg. IVASS n. 45/2020 sulla regolamentazione dei flussi informativi.

³ Il **target market positivo** indica i clienti cui la vendita del prodotto è destinato, perché coerente con le relative caratteristiche ed esigenze. Il **target market negativo** indica i soggetti ai quali il prodotto non può essere venduto, perché incompatibile con le loro esigenze.

	da consegnare alla rete distributiva; - conserva nel fascicolo di ogni prodotto traccia dell'attività svolta, in formato digitale e/o cartaceo.
--	--

Se l'Agente ritiene che tali **informazioni non siano appropriate, chiare, complete e aggiornate**, ne evidenzia e rileva il difetto e presenta - senza indugio e immediatamente - alla Compagnia a mezzo e-mail una motivata segnalazione delle circostanze rilevate, sollecitando chiarimenti e/o integrazioni sul punto.

Presidio 	L'agente utilizza gli strumenti di segnalazione indicati dalla Compagnia o, in assenza, invia e-mail del seguente tenore: <i>"Letta la circolare n..... del emanata con riferimento al prodotto dopo attenta lettura rilevo che la stessa è carente per i seguenti motivi: Vi invito, quindi, a fornire chiarimenti in merito, integrando eventualmente il testo della stessa."</i>
--	--

Sino a che la Compagnia non fornisca risposta esaustiva l'Agente e la sua rete deve **astenersi dal proporre e collocare il prodotto**.

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Mancata visione delle circolari	Basso	Alto	Monitoraggio quotidiano del portale di compagnia
	Mancata trasmissione della circolare ai collaboratori	Basso	Medio	Monitoraggio settimanale della rete di vendita
	Mancata lettura della circolare	Basso	Medio	La circolare viene esaminata nel corso di un incontro con tutta la rete distributiva;
	Mancata osservanza della circolare di prodotto	Basso	Alto	Monitoraggio settimanale della rete di vendita
	Mancata segnalazione delle anomalie alla compagnia	Basso	Medio	Monitoraggio settimanale della rete di vendita

STRATEGIA DISTRIBUTIVA

I PRODOTTI DISTRIBUITI

I prodotti assicurativi intermediati dall'agenzia appartengono a tre macrocategorie:

- **Danni,**
- **Vita Non IBIPs e**
- **Vita IBIPs**

Sono classificati prodotti Vita non IBIPs, i prodotti di Protezione, ovvero di "puro rischio", in forma individuale e collettiva, quali TCM – Temporanea Caso Morte - e LTC – Long Term Care.

Sono classificati prodotti IBIPs, i prodotti di Investimento/Risparmio, in forma individuali e collettiva, quali:

- rivalutabili Ramo I e V;
- unit linked e index linked;
- multiramo

I prodotti **IPIBs** possono essere:

- **complessi⁴**
- **non complessi**
-

Un prodotto di investimento assicurativo è considerato **non complesso** laddove soddisfatti tutti i criteri che seguono:

- include un valore di scadenza minimo garantito per contratto, che corrisponde almeno all'importo versato dal cliente al netto dei costi legittimi;
- non presenta una clausola, condizione o motivo scatenante che consenta all'impresa di assicurazione di alterare materialmente la natura, il rischio o il profilo di *pay-out* del prodotto di investimento assicurativo;
- prevede opzioni per riscattare o realizzare altrimenti il prodotto di investimento assicurativo a un valore disponibile per il cliente;
- non include alcun onere esplicito o implicito avente l'effetto che il riscatto o qualsiasi altra forma di realizzo del prodotto di investimento assicurativo, per quanto tecnicamente possibile, possa provocare uno svantaggio irragionevole al cliente, essendo gli oneri sproporzionati rispetto ai costi dell'impresa di assicurazione;
- non include in alcun altro modo una struttura che renda difficoltoso per il cliente capire il rischio assunto.⁵

I prodotti di **Previdenza Complementare**, sono soggetti all'applicabilità delle regole di comportamento previste dalla disciplina regolamentare COVIP (Regolamento sulle modalità di adesione alle forme pensionistiche complementari del 25 maggio 2016) e IVASS (Regolamento 40).

La vendita di prodotti IBIPs è preclusa agli intermediari a titolo accessorio.

La vendita di tutti i prodotti è inibita agli addetti che non abbiano acquisito idonea conoscenza sul prodotto o seguito un corso di formazione specifica di prodotto.

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Vendita del prodotto senza formazione	Basso	Alta	Il nuovo prodotto (o le modifiche ad un prodotto esistente) viene illustrato a tutta la rete nel corso di un incontro formativo
	Pregiudizio per il cliente in caso di vendita di prodotti danni	Basso	Basso	La comprovata esperienza di tutti gli addetti alla vendita; il tutoraggio degli addetti meno esperti; l'aggiornamento e la formazione continua, consentono di ritenere il rischio a livelli bassi
	Pregiudizio per il cliente in caso di vendita di prodotti Vita non IBIPs	Basso	Medio	E' consentita la vendita solo a venditori esperti
	Pregiudizio per il cliente in caso di vendita di prodotti Vita IBIPs non complessi	Medio	Medio	L'Agente segue la vendita
	Pregiudizio per il cliente in caso di vendita di prodotti Vita IBIPs	Alto	Alto	L'agente segue tutte le fasi della vendita

⁴ La Compagnia evidenzia e comunica i prodotti complessi.

⁵ Art 16 regolamento delegato (UE) 2017/2359 della Commissione del 21 settembre 2017.

MECCANISMI DI DISTRIBUZIONE

Le strategie distributive adottate sono coerenti con quelle indicate dalla Compagnia così anche il mercato di riferimento per ogni singolo prodotto corrisponde a quello indicato dal produttore.

La rete distributiva deve attenersi alle strategie distributive suggerite dalla Compagnia e collocare il prodotto sul mercato di riferimento (target positivo) individuato per ciascun prodotto dalla Compagnia. E' assolutamente vietato proporre e/o collocare il prodotto a clienti che rientrano nel mercato di riferimento negativo indicato dalla Compagnia.

Qualora la rete distributiva constati che la strategia distributiva non sia idonea o presenti anomalie o ancora che il mercato di riferimento indicato dalla Compagnia non risponda alle esigenze del cliente con il rischio di creare disallineamenti, l'agente provvede a segnalare ciò alla Compagnia⁶.

Presidio 	L'agente utilizza gli strumenti di segnalazione indicati dalla Compagnia o, in assenza, invia e-mail del seguente tenore: <i>"Segnalo che la strategia distributiva adottata dalla Compagnia per il collocamento del prodotto potrebbe arrecare pregiudizi ai clienti per i seguenti motivi....."</i>
--	--

L'eventuale distribuzione a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento 'positivo' individuato dalla Compagnia, è subordinata:

- alla condizione che **non appartenga al mercato di riferimento negativo;**
- all'autorizzazione dell'Agente;
- alla valutazione di coerenza,
- alla consulenza obbligatoria;

e che:

Per tutti i prodotti tranne gli IBIPs	Per i prodotti IBIPs non complessi	Per i prodotti IBIPs complessi
sia adeguato ⁷	sia dichiarata la appropriatezza ⁸	sia adeguato ⁹

Il collocamento del prodotto assicurativo a clienti che non appartengono al mercato di riferimento deve essere comunicato alla Compagnia¹⁰

Presidio 	L'agente utilizza gli strumenti di segnalazione indicati dalla Compagnia o, in assenza, invia e-mail del seguente tenore: <i>"Vi informo che abbiamo collocato il prodotto (pol. N..... Contraente) a cliente esterno al mercato di riferimento, dopo aver valutato che esso risponde alle sue richieste ed esigenze assicurative nel rispetto del disposto dell'art. 11 comma 4 Reg. IVASS n. 45/2020."</i>
--	---

L'agente, una volta ricevuta la circolare di prodotto e prima che inizi la distribuzione dello stesso, deve individuare per ogni singolo prodotto un **mercato di riferimento effettivo**, ovvero:

⁶ Da effettuarsi in base all'accordo sottoscritto con la Mandante ai sensi dell'art. 13 del Reg. IVASS n. 45/2020 sulla regolamentazione dei flussi informativi.

⁷ Per valutare l'**adeguatezza** l'addetto alla vendita deve acquisire dai contraenti le informazioni necessarie a valutarne le effettive necessità e operare in modo tale che gli stessi siano sempre adeguatamente informati (su contenuto, caratteristiche e limiti della copertura assicurativa che andremo ad acquistare). Ovvero deve valutare in concreto la rispondenza del contratto offerto alle esigenze assicurative (e previdenziali) del contraente.

⁸ Per valutare l'**appropriatezza** l'addetto alla vendita deve necessariamente richiedere al contraente o potenziale contraente, informazioni in merito alla sua conoscenza ed esperienza riguardo al tipo specifico di prodotto proposto o chiesto (compresa per i prodotti di investimento, la sua propensione al rischio), al fine di determinare se questo può essere considerato appropriato. Il prodotto inappropriato può essere collocato previa espressa volontà del cliente.

⁹ Vedi nota 8.

¹⁰ Da effettuarsi in base all'accordo sottoscritto con la Mandante ai sensi dell'art. 13 del Reg. IVASS n. 45/2020 sulla regolamentazione dei flussi informativi.

- **ampliare il target market negativo** indicato dalla compagnia;
- **specificano il target market positivo** indicato dalla compagnia.

Prima della distribuzione del prodotto l'agente comunica alla mandante il mercato di riferimento effettivo¹¹. Resta inteso che nel caso in cui i rispettivi mercati di riferimento (di Compagnia e di agenzia) coincidano **l'agente non ha obbligo di comunicazione alla mandante**.

Nel determinare il mercato di riferimento effettivo, l'agente tiene conto dei seguenti elementi:

per tutti i prodotti	<ul style="list-style-type: none"> - le tipologie di clienti a cui è rivolto il prodotto; - i rischi cui sono esposte le tipologie di clienti cui è rivolto il prodotto; - le esigenze e gli obiettivi dei clienti cui è rivolto il prodotto; - le caratteristiche del prodotto, con particolare riferimento alle garanzie e alle esclusioni e limitazioni delle garanzie; - in relazione alla complessità del prodotto, il livello di conoscenza del cliente; l'età del cliente, il profilo occupazionale e la sua situazione familiare.
(inoltre) per i prodotti IBIPs	<ul style="list-style-type: none"> - la conoscenza teorica e l'esperienza pregressa rispetto a tali prodotti e ai mercati finanziari e assicurativi; - le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi dei clienti, sulla base dell'analisi dei seguenti elementi, <ul style="list-style-type: none"> o la coerenza del profilo di rischio/rendimento del prodotto con il mercato di riferimento; o la rispondenza del prodotto all'interesse del cliente, prestando attenzione a eventuali conflitti determinati da un modello di business redditizio per il produttore e svantaggioso per il cliente; o la situazione finanziaria del cliente, inclusa la capacità di sostenere perdite.

L'agente si impegna a **riesaminare periodicamente** i prodotti assicurativi distribuiti tenendo conto di qualsiasi evento che possa incidere significativamente sui rischi potenziali per il mercato di riferimento nonché della eventuale revisione del prodotto effettuata dal produttore, al fine di valutare almeno se il prodotto assicurativo resti coerente con le esigenze del mercato di riferimento effettivo e se la prevista strategia distributiva continui a essere appropriata.

L'agente, anche a seguito delle indicazioni e valutazioni ricevute dal produttore, può riconsiderare il mercato di riferimento effettivo e/o aggiornare le procedure e le misure adottate qualora rilevi di aver erroneamente identificato il mercato di riferimento effettivo per un prodotto assicurativo ovvero qualora il prodotto assicurativo non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento effettivo.

Nel caso in cui l'Agente individua un nuovo mercato di riferimento effettivo, anche rielaborando le indicazioni che gli provengono dalla rete, ne dà comunicazione alla Compagnia¹².

Resta inteso che nel caso in cui il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo coincidano con il mercato di riferimento e il mercato di riferimento negativo individuati dal produttore, **l'Agenzia non effettua alcuna comunicazione alla Compagnia**.

Presidio 	L'agente utilizza gli strumenti di segnalazione indicati dalla Compagnia o, in assenza, invia e-mail del seguente tenore: <i>"Vi informo che abbiamo modificato il mercato di riferimento relativo alla distribuzione del prodotto come segue: mercato effettivo positivo mercato effettivo negativo"</i>
--	--

In caso di collaborazione orizzontale, ciascun intermediario, tenuto conto della rispettiva clientela, definisce il proprio mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo. In tal caso dovrà essere garantito uno scambio di informazioni fra gli intermediari che collaborano e verso la Compagnia¹³.

¹¹ Vedi nota 11.

¹² Vedi nota 11.

¹³ Vedi nota 11.

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Mancato rispetto dei target market di riferimento	Basso	Medio	Monitoraggio settimanale della rete di vendita
	Errata definizione dei target market effettivi	Basso	Basso	L'agente non modifica il mercato di riferimento indicato dalla compagnia se non in casi eccezionali e dopo attente verifiche
	Vendita a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento 'positivo' individuato dalla Compagnia	Basso	Medio	E' consentita previa autorizzazione dell'agente e consulenza
	Mancata comunicazione delle vendite fuori target alla compagnia	Basso	Medio	Monitoraggio settimanale della rete di vendita

VALUTAZIONE DEL BISOGNO ASSICURATIVO

Premesso che rispetto al processo di vendita, la **valutazione delle richieste ed esigenze del cliente rappresenta il momento in cui ogni addetto alla vendita deve verifica la coerenza del prodotto con le esigenze e i bisogni del cliente** stesso il quale, a sua volta, dovrà necessariamente rientrare in un determinato mercato di riferimento, individuato in via anticipata dalla Compagnia quale destinatario di quello specifico prodotto.

Al primo contatto con il cliente, a prescindere dalla richiesta specifica di copertura assicurativa formulata, la rete distributiva effettua uno **screening delle esigenze assicurative del cliente** fornendo, ove tratti dati personali, un' informativa privacy di agenzia, con acquisizione dei consensi al trattamento dei dati, se autonomo titolare del trattamento dei dati.

	<p>L'agente in base alla complessità del prodotto può decidere di predisporre questionari di agenzia per la valutazione dei bisogni assicurativi (a 360°) del cliente e li mette a disposizione di tutti i collaboratori su supporto cartaceo e/o digitale.</p> <p>In tali questionari l'agente chiede informazioni in ordine:</p> <ul style="list-style-type: none"> - alla composizione del nucleo familiare; - al reddito dei componenti; - al patrimonio mobiliare e immobiliare del potenziale cliente; - alla spesa assicurativa effettiva; - alla propensione di spesa assicurativa; - alle coperture assicurative in essere (acquisendo la copia delle polizze, su richiesta del cliente); <p>ogni altra informazione utile alla valutazione del bisogno assicurativo e alla relazione di una relazione con analisi dei rischi e delle eventuali coperture/scoperture assicurative.</p>
--	---

Prima di far sottoscrivere una proposta o, qualora non prevista, un contratto di assicurazione, è fatto obbligo a tutta la rete distributiva dell'agenzia di **acquisire dal contraente le informazioni utili a valutare le sue richieste ed esigenze**¹⁴. Ciò in quanto è fatto obbligo a tutta la rete distributiva di proporre contratti **coerenti**¹⁵ con le richieste ed esigenze di coperture assicurative e previdenziali del contraente o dell'assicurato, ossia in grado di rispondere alle richieste rappresentate dal contraente e quindi idonei a soddisfare le relative esigenze.

Premesso che l'obbligo di valutare l'esigenza del cliente grava sull'intermediario e che le imprese, per ciascun prodotto distribuito, impartiscono istruzioni idonee a guidare i medesimi nella fase precontrattuale di acquisizione dal contraente delle informazioni utili e pertinenti in relazione alla tipologia di contratto offerto, è fatto espresso obbligo a tutta la rete distributiva di seguire e rispettare le:

- le linee guida ricevute dalla Compagnia;
- le indicazioni operative, di volta in volta, diramate dall'agenzia responsabile dell'attività di distribuzione,

¹⁴ Tanto in virtù del combinato disposto degli artt. 119 ter del CAP e dell'art. 58 del Reg. IVASS n. 40/2018.

¹⁵ La normativa vigente non dice espressamente in cosa consista in concreto questa valutazione di coerenza, tuttavia per valutare la **coerenza** gli addetti alla vendita devono raccogliere dal contraente le informazioni necessarie identificare le sue necessità e bisogni assicurativi al fine di identificare la sua appartenenza al target market di riferimento.

Nell'adempiere all'obbligo gli addetti alle vendite devono verificare la rispondenza del prodotto assicurativo intermediato alle esigenze e ai bisogni del cliente attraverso la compilazione di questionari specifici;

Nei questionari viene richiesta al Cliente qualsiasi informazione sia ritenuta necessaria al caso specifico, ferma l'acquisizione delle notizie sulle caratteristiche personali e sulle esigenze assicurative o previdenziali del contraente o dell'assicurato che includono, ove pertinente, specifici riferimenti:

- all'età;
- allo stato di salute;
- all'attività lavorativa;
- al nucleo familiare;
- alla situazione finanziaria ed assicurativa;
- alle aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e di durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del prodotto offerto.

I questionari saranno posti a disposizione di tutta la rete distributiva su supporto informatico e/o cartaceo prima della commercializzazione del prodotto o per casi specifici prima dell'avviamento della trattativa e/o della conclusione della proposta, anche tenuto conto della specificità del caso concreto¹⁶.

In base alle informazioni raccolte dal cliente, e tenuto conto della tipologia di contraente e della natura e complessità del prodotto, **l'intermediario fornisce al contraente, in forma chiara e comprensibile, informazioni oggettive sul prodotto, illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti di copertura ed ogni altro elemento utile a consentirgli di prendere una decisione informata.**

Nel determinare la complessità del prodotto la sottoscritta agenzia terrà conto:

- delle differenti esigenze di protezione e tipologie degli assicurati,
- della diversa tipologia dei rischi,
- delle caratteristiche e complessità del contratto offerto e delle cognizioni e della capacità professionale degli addetti all'attività di distribuzione.

Non sarà più possibile stipulare contratti assicurativi relativi a prodotti Danni, Vita Non IBIPs e Vita IBIPs che non siano coerenti con le richieste ed esigenze di copertura assicurativa o previdenziale del contraente o assicurato o in assenza totale o parziale di risposte da parte del cliente;

Una volta raccolte le richieste ed esigenze del cliente, l'Intermediario verifica che il prodotto offerto sia coerente con le medesime e rilascia una dichiarazione in tal senso.

In caso di collaborazione orizzontale, gli adempimenti predetti sono svolti dall'intermediario che entra in contatto con il contraente (intermediario onente).

La valutazione delle richieste ed esigenze è esclusa in caso di distribuzione che riguardi i grandi rischi¹⁷.

In caso di vendita con consulenza al test di coerenza va aggiunto il test di adeguatezza (vedi nota 8) e in caso di vendita di prodotti IBIPs non complessi, senza consulenza, del test di appropriatezza (vedi nota 9).

Fermo quanto si dirà nel prossimo paragrafo in ordine al processo di vendita con consulenza va precisato che nella vendita dei prodotti IBIPs la rete deve seguire le seguenti regole:

¹⁶ L'agente può consentire alla propria rete di utilizzare questionari di prodotto (POG) consigliati dalla Compagnia ai fini della valutazione del mercato di riferimento, se ritenuti validi e sufficienti a consentire la valutazione delle esigenze assicurative del Cliente.

¹⁷ Si intende per "grandi rischi" (art. 1, c. 1, lett. r) del CAP): "quelli rientranti nei rami di cui all'art.2, c.3, di seguito indicati: 1) 4 (corpi di veicoli ferroviari), 5 (corpi di veicoli aerei), 6 (corpi di veicoli marittimi, lacustri e fluviali), 7 (merci trasportate), 11 (r.c. aeromobili) e 12 (r.c. veicoli marittimi, lacustri e fluviali) salvo quanto previsto al numero 3; 2) 14 (credito) e 15 (cauzioni) qualora l'assicurato eserciti professionalmente un'attività industriale, commerciale o intellettuale e il rischio riguardi questa attività; 3) 3 (corpi di veicoli terrestri, esclusi quelli ferroviari), 8 (incendio ed elementi naturali), 9 (altri danni ai beni), 10 (r.c. autoveicoli terrestri), 12 (r.c. veicoli marittimi, lacustri e fluviali) per quanto riguarda i natanti soggetti all'assicurazione obbligatoria ai sensi dell'art. 123, 13 (r.c. generale) e 16 (perdite pecuniarie), purché l'assicurato superi i limiti di almeno due dei tre criteri seguenti: 1) il totale dell'attivo dello stato patrimoniale risulti superiore ai seimilione duecentomila euro, 2) l'importo del volume d'affari risulti superiore ai dodicimilione ottocentomila euro, 3) il numero dei dipendenti occupati in media durante l'esercizio risulti superiore alle duecentocinquanta unità. Qualora l'assicurato sia un'impresa facente parte di un gruppo tenuto a redigere un bilancio consolidato, le condizioni di cui sopra si riferiscono al bilancio consolidato del gruppo."

prodotto	Consulenza	Coerenza e adeguatezza	Coerenza e appropriatezza
IBIPs complesso	Si sempre -non remunerata	si	
IBIPs non complesso	No per vendita in target		Si ¹⁸
IBIPs non complesso	Si per vendite fuori target	si	

Il processo di vendita con consulenza

Il processo di consulenza, da eseguire prima della conclusione del contratto, comporta che l'intermediario fornisca una **raccomandazione personalizzata**¹⁹ o una **consulenza imparziale**²⁰ contenente i motivi per cui il contratto offerto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste ed esigenze del contraente medesimo.

<p>Presidio</p> 	<p>Ogni addetto deve essere autorizzato dall'agente, in qualità di responsabile dell'attività di distribuzione, alla vendita con consulenza.</p> <p>Nella consulenza vanno evidenziati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il bisogno assicurativo del cliente - le richieste di copertura espresse dal cliente - il livello di conoscenza della materia assicurativa - le coperture proposte - per quali ragioni il prodotto offerto è da ritenere corrispondente alle esigenze assicurative del cliente - il confronto con eventuali coperture già sottoscritte dal cliente per soddisfare l'esigenza manifestata. <p>Per i prodotti IBIPs, in caso di consulenza, è necessario indagare – ove pertinenti - anche aspetti quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - esperienza e conoscenza, in relazione al tipo di investimento; - situazione finanziaria, tra cui la capacità di sostenere perdite; - obiettivi di investimento, inclusa la tolleranza al rischio.
--	--

La raccomandazione personalizzata e la consulenza imparziale ha una validità di 30 giorni: decorsi tali termini, il processo relativo andrà ripetuto.

La consulenza fornita al cliente potrà essere integrata nel caso in cui intervengano nuove informazioni / esigenze relative al cliente che lo richiedano.

La consulenza va sottoscritta dal contraente e consegnata su supporto durevole²¹.

<p>Per i prodotti IPIBs il processo di consulenza trova la sua realizzazione anche nel caso di operazioni post-vendita che modificano la composizione dell'investimento e comportano, quindi, l'emissione di una raccomandazione personalizzata.</p> <p>Il processo di vendita in consulenza non permette la vendita in "non adeguatezza" o nel caso di rifiuto da parte del cliente di rispondere alle domande.</p> <p>L'attività di consulenza non può gravare economicamente sul cliente in caso di prodotti complessi, a meno che non venga prestata una consulenza di adeguatezza nel continuo.</p>
--

La consulenza va accompagnata ad un test di adeguatezza del prodotto.

¹⁸ Il prodotto inappropriato può essere collocato previa espressa volontà del cliente.

¹⁹ "contenente i motivi per cui un particolare contratto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo" (art. 119 ter comma 3 CAP).

²⁰ "consulenze fondate su un'analisi imparziale e personale, lo stesso deve fondare tali consulenze sull'analisi di un numero sufficiente di contratti di assicurazione disponibili sul mercato, che gli consenta di formulare una raccomandazione personalizzata, secondo criteri professionali, in merito al contratto assicurativo adeguato a soddisfare le esigenze del contraente" (art. 119 ter comma 4 CAP).

²¹ si intende per "supporto durevole" (art.1, c. 1, lett. vv-quater del CAP): "qualsiasi strumento che: 1) permetta al contraente di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette, in modo che siano accessibili per la futura consultazione durante un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni stesse; e 2) consenta la riproduzione inalterata delle informazioni memorizzate."

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Vendita di prodotto non coerente	Basso	Basso	Adozione di sistemi di controllo che subordinano l'emissione del contratto alla compilazione del questionario
	Vendita di prodotto inadeguato	Basso	Medio	
	Vendita di prodotto inappropriato	Basso	Alto	
	Mancata consulenza ove prevista	Basso	Alto	La vendita con consulenza va sempre approvata dall'Agente

VENDITA ABBINATA

In caso di vendita abbinata l'agente verifica che la Compagnia abbia predisposto *“la descrizione adeguata delle diverse componenti dell'accordo o del pacchetto e l'evidenza separata dei costi e degli oneri di ciascun componente, nonché del modo in cui la sua composizione modifica i rischi o la copertura assicurativa”*.

Gli addetti sono tenuti a richiamare l'attenzione del cliente sul punto.

Gli addetti devono informare il contraente del diritto di procedere all'eventuale acquisto separato delle componenti del pacchetto.

La possibilità di acquistare il bene o il servizio separatamente non si può applicare se il prodotto assicurativo compreso nel pacchetto o nell'accordo è accessorio rispetto a un servizio o attività di investimento²², a un contratto di credito²³ o a un conto di pagamento²⁴.

In caso di vendita abbinata con consulenza, IVASS dispone l'obbligo di vendere prodotti assicurativi “coerenti” con le esigenze del contraente, valutazione di coerenza che deve essere fatta in relazione all'intero pacchetto.

Nel caso il prodotto assicurativo parte del pacchetto sia un prodotto di investimento assicurativo venduto in assenza di consulenza, *“i distributori valutano la coerenza con le richieste e le esigenze assicurative del cliente e l'appropriatezza del pacchetto di servizi o prodotti nel suo insieme”*.

22 V. art. 1, comma 5, del Testo Unico dell'Intermediazione finanziaria.

23 V. art. 120-quinquies, comma 1, lett. c del Testo Unico bancario.

24 V. art. 126-decies del Testo Unico bancario.

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE - PER LA TRASPARENZA E LA CONCORRENZA

L'agente **mette a disposizione** del pubblico nei propri locali, anche tramite l'utilizzo di apparecchiature elettroniche, oppure pubblica sul sito internet di agenzia che utilizzano per promozione e collocamento di prodotti assicurativi (dando comunque avviso della pubblicazione nei propri locali) le seguenti informative che dovranno essere aggiornate almeno trimestralmente:

- l'elenco della/e impresa/e con cui hanno rapporti d'affari (anche sulla base di una collaborazione orizzontale);
 - l'elenco degli intermediari con i quali hanno in essere un rapporto di collaborazione orizzontale;
 - le informazioni di cui all'Allegato 3;
 - l'elenco degli obblighi di cui all'Allegato 4-ter (precisandosi che, nel caso di offerte fuori sede o collocazione di prodotti a distanza, tale allegato deve essere trasmesso o consegnato al contraente prima della conclusione del contratto);
 - informativa sulla procedura dei reclami; indicare norma di riferimento
 - informativa sulle remunerazioni RCauto
 - Condizioni e tariffe RCauto o collegamento al portale di compagnia
 - Rendiconti vita
- Modulistica precontrattuale della finanziaria

Presidio 	Utilizzo di espositore all'ingresso dell'agenzia o in altra posizione facilmente accessibile e visibile. In alternativa utilizzo di un totem digitale.
--	---

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE -PER LA CONCLUSIONE DEL CONTRATTO IN FORMA INDIVIDUALE

Tutti gli addetti sono obbligati a consegnare l'informativa precontrattuale prima di rilasciare la proposta o (in assenza di quest'ultima) la polizza.

In base alla tipologia di prodotti dovranno essere consegnati i seguenti documenti:

Auto	Danni (escluse Auto e Vita)	Vita non IBIPs	Prodotti multirischio Danni e Vita	Vita IBIPs
Nota informativa del prodotto				
DIP RCauto	DIP danni non RCauto	DIP vita	DIP danni	KID
DIP aggiuntivo RC auto	DIP aggiuntivo non RCauto	DIP aggiuntivo vita	DIP vita	DIP aggiuntivo IBIP
				DIP Aggiuntivo
Allegato 4 (prima della sottoscrizione della proposta o, in assenza, di contratto) ²⁵				Allegato 4 bis (prima della sottoscrizione della proposta o, in assenza, del contratto) ²⁶
Allegato 3 (prima della sottoscrizione di una proposta o, se non prevista, della conclusione di un contratto o, in ipotesi di stipula di nuovo contratto o di rinnovo, solo in caso di successive modifiche di rilievo delle informazioni contenute) ²⁷				
Allegato 4 ter (da consegnare/trasmettere in caso di offerta fuori sede e vendita a distanza) ²⁸				

²⁵ **Allegato 4**, "Informazioni sulla distribuzione del prodotto assicurativo non-IBIP", da consegnare/trasmettere prima della sottoscrizione di ciascuna proposta o, qualora non prevista, della conclusione di ciascun contratto.

²⁶ **Allegato 4 bis**, "Informazioni sulla distribuzione del prodotto d'investimento assicurativo", da consegnare/trasmettere prima della sottoscrizione di ciascuna proposta o, qualora non prevista, della conclusione di ciascun contratto.

²⁷ **Allegato 3** - "Informativa sul distributore", da consegnare o trasmettere, prima della sottoscrizione di una proposta o, se non prevista, della conclusione di un contratto o, in ipotesi di stipula di nuovo contratto o di rinnovo, solo in caso di successive modifiche di rilievo delle informazioni contenute.

²⁸ **Allegato 4 ter** "Elenco delle regole di comportamento del distributore" da consegnare/trasmettere in caso di offerta

L'agente dispone che in osservanza dell'art. 57 del Reg. IVASS n. 4/2018 le informazioni sulla natura del compenso, previsti nella Sezione III dell'Allegato 4 dovranno inoltre essere fornite al contraente ogni qualvolta il contraente effettui pagamenti diversi dai premi in corso e dai pagamenti programmati già previsti nel contratto concluso, come ad esempio:

- versamento di premi facoltativi aggiuntivi;
- estensioni di garanzie successive alla conclusione del contratto.

Non è necessaria la sottoscrizione degli allegati da parte del cliente, poiché ai fini della dimostrazione dell'adempimento dell'obbligo di consegna/trasmissione fa fede la dichiarazione firmata dal cliente presente in calce ai contratti, o ai modelli di proposta, laddove previsti, ovvero, nel caso di trasmissione via mail, la prova di aver correttamente inviato i Modelli all'indirizzo di posta elettronica indicato dal cliente.

INFORMATIVA CONTRATTUALE – PER LA CONCLUSIONE DEL CONTRATTO IN FORMA COLLETTIVA

Premesso che la stipula delle polizze collettive è subordinata alla supervisione e autorizzazione dell'agente. Nei contratti **in forma collettiva in cui gli aderenti²⁹ sostengono in tutto o in parte, direttamente o indirettamente, l'onere del pagamento dei premi**, tutti gli addetti alla vendita devono seguire e rispettare i seguenti **obblighi**:

Per i prodotti non IBIPs	osservanza delle regole sul conflitto di interessi di cui all'art. 119 bis, c.6 e 7 del CAP; <ul style="list-style-type: none"> - consegna della Modello Allegato 4; - documentazione informativa precontrattuale e contrattuale prevista dalle vigenti disposizioni; - dichiarazione relativa alla valutazione delle richieste ed esigenze; - in caso di offerta fuori sede o mediante tecniche di comunicazione a distanza, il Modello Allegato 4-ter;
per i prodotti IBIPs	<ul style="list-style-type: none"> - consegna della Modello Allegato 4 – bis - dichiarazione relativa alla valutazione delle richieste ed esigenze; - copia del contratto, informativa precontrattuale e contrattuale prevista dalla normativa applicabile; - in caso di collocamento fuori sede o con tecniche di comunicazione a distanza il Modello Allegato 4-ter.

Si precisa che l'art. 2, c. 1, lett. a) del Regolamento 40, definisce come **aderente “il soggetto che valuta e liberamente decide di usufruire della copertura di un contratto assicurativo collettivo, manifestando un'espressa volontà e sostenendo in tutto o in parte, direttamente o indirettamente, l'onere economico del premio”**.

Pertanto la predetta disciplina non trova applicazione per i contratti in forma collettiva in cui non si abbia una vera e propria adesione, ma solo un' "iscrizione" ovvero un inserimento in assicurazione: in tale ipotesi infatti l'assicurato ha comunque diritto di ricevere, su richiesta, le condizioni contrattuali (rientrando così nella ipotesi che segue).

In caso di **polizze collettive in cui gli assicurati non sostengono, neppure in parte, l'onere del pagamento del premio**, l'intermediario deve **informare** il cliente:

- del diritto di richiedere all'impresa le condizioni contrattuali, nel caso in cui la consegna delle stesse non sia prevista dalla regolamentazione sulla distribuzione assicurativa;
- del diritto di richiedere all'impresa le credenziali per l'accesso alle aree riservate sul sito di Compagnia;
- del diritto di richiedere all'impresa le condizioni contrattuali nel caso in cui non sia prevista la relativa consegna ai sensi della regolamentazione sulla distribuzione assicurativa.

²⁹ fuori sede e vendita a distanza.

L'agente può avvalersi della collaborazione del contraente per adempiere ai suddetti obblighi, fermo il dovere di vigilanza sull'operato di quest'ultimo del quale ha la responsabilità.

La valutazione delle richieste ed esigenze degli aderenti va effettuata prima della sottoscrizione del modulo di adesione, valutazione da effettuarsi necessariamente seguendo le regole già esposte per l'analisi del bisogno assicurativo.

Sono esclusi dagli obblighi informativi i distributori di prodotti assicurativi che operano nei grandi rischi.

In caso di collaborazioni orizzontali, gli obblighi di informativa sono in carico all'intermediario che entra in contatto con il cliente.

Presidio 	L'Agente e/o un suo collaboratore, a ciò espressamente delegato, periodicamente consulta il sito intranet di Compagnia per scaricare in formato digitale e cartaceo le versioni aggiornate dei set informativi (archiviandoli nel fascicolo predisposto per ogni prodotto). L'Agente predispone i modelli allegati 3, 4, 4 bis e 4 ter conformandosi ai modelli allegati al provvedimento IVASS n. 97/20202 ³⁰ premurandosi che: - siano scritti in un linguaggio e stile chiaro e sintetico, in modo da facilitare la comprensione delle informazioni contenute e assicurarne la loro completezza; - siano presentati e strutturati in modo da essere chiari e di facile lettura; - abbiano un carattere di stampa con occhi medio pari a 1,2 mm; - se prodotti a colori, siano parimenti comprensibili qualora fossero stampati in bianco e nero. In alternativa l'Agente può utilizzare i modelli predisposti dalla Compagnia e implementati nei sistemi informatici in uso all'agenzia. L'Agente verifica periodicamente il rispetto delle norme sulla informativa precontrattuale e verifica almeno trimestralmente l'aggiornamento delle informazioni contenute. E conserva in apposito fascicolo le varie versioni di modelli predisposte, in formato digitale e/o cartaceo
--	--

MODALITA' DI CONSEGNA DELL'INFORMATIVA

Tutta l'informativa deve essere fornita:

- su supporto cartaceo;
- in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile;
- in lingua italiana o altra lingua concordata fra le parti;
- a titolo gratuito.

Per la trasmissione della documentazione in formato elettronico è necessario **acquisire il consenso** dal cliente, che:

- deve essere esplicito, ossia rappresentare chiaramente la volontà del cliente di utilizzare la trasmissione in formato elettronico, benché non debba necessariamente richiamare la norma che lo prevede;
- ha forma libera (anche posta elettronica o registrazione vocale), purché tracciabile;
- può essere espresso in tutte le fasi della gestione del rapporto contrattuale;
- deve essere manifestato all'intermediario con il quale entra in contatto;
- può essere rilasciato con riferimento ad un singolo contratto o anche a tutti i successivi contratti stipulati con il medesimo intermediario.

L'intermediario informa il contraente circa la possibilità di cambiare in ogni momento la sua scelta: la modifica varrà per le comunicazioni successive.

L'utilizzo di un supporto durevole non cartaceo deve essere sempre appropriato rispetto alle modalità di distribuzione del prodotto assicurativo: ciò avviene se il contraente fornisce un indirizzo di posta elettronica ai fini della distribuzione del prodotto.

Presidio 	L'Agente deve tenere traccia del consenso prestato e dell'indirizzo di posta elettronica dallo stesso fornito e dei relativi aggiornamenti. Le comunicazioni con le quali verrà inviata la documentazione devono far riferimento al consenso espresso dal cliente e contengono l'informazione che la modalità di comunicazione può essere modificata in ogni momento.
--	--

³⁰ Scaricabili dal sito

https://www.ivass.it/normativa/nazionale/secondaria/ivass/normativiprovv/2020/provy_97/index.html

L'obbligo di consegna della documentazione potrà considerarsi adempiuto quando la mail inviata risulterà correttamente inoltrata all'indirizzo comunicato dal cliente: sarà necessario, quindi, monitorare l'eventuale esito negativo dell'invio e, in mancanza, conservare prova dell'invio stesso.

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Mancata consegna della documentazione precontrattuale	Basso	Medio	Adozione di sistemi di controllo che subordinano l'emissione del contratto alla compilazione del questionario
	Incompleta informazione	Basso	Medio	Incontri di aggiornamento costante con la rete
	Mancata acquisizione di consenso, ove richiesto	Basso	Alto	
	Mancato rispetto delle norme sulla trasparenza e la concorrenza	Basso	Basso	Verifiche mensili della bacheca

CONSERVAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

L'agente³¹ conserva

- a i conferimenti degli incarichi, gli accordi aventi ad oggetto lo svolgimento dell'attività di distribuzione ed eventuali procure;
- b i contratti conclusi per il loro tramite e la documentazione ad essi relativa, nonché la prova delle attività svolte per il tramite del contraente in caso di collocamento di polizze collettive;
- c le proposte di assicurazione e gli altri documenti sottoscritti dai contraenti;
- d la documentazione attestante la formazione professionale e l'aggiornamento professionale inclusa l'eventuale documentazione attestante la sussistenza delle cause di sospensione degli obblighi di aggiornamento professionale;
- e l'evidenza dei soggetti che svolgono attività di distribuzione nell'ambito della loro organizzazione ed ai quali si estende la copertura Rc professionale;
- f la documentazione relativa all'iscrizione nella sezione E RUI dei soggetti di cui si avvale e l'aggiornamento professionale effettuato dagli stessi, la documentazione relativa agli accertamenti svolti con riguardo agli addetti operanti all'interno dei locali, nonché l'eventuale documentazione attestante la sussistenza delle cause di sospensione dell'aggiornamento professionale;
- g la documentazione relativa agli adempimenti dei produttori in relazione al processo POG, ricevuta da questi ultimi.

Presidio 	<p>l'Agente o il collaboratore a ciò delegato, raccoglie la documentazione in fascicoli e sotto-fascicoli con ordine e regolarità.</p> <p>Con riguardo specificatamente al processo POG, fa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sottoscrivere il documento POG a tutti i destinatari e ne consegna copia; - sottoscrivere le circolari di prodotto a tutti i destinatari e ne consegna copia cartacea o invia copia della circolare in formato durevole tracciandone invio e consegna, quindi raccoglie in un fascicolo tutta la predetta documentazione creando per ogni prodotto un fascicolo cartaceo e/o digitale.
--	---

L'archiviazione e la conservazione della documentazione di cui sopra può avvenire anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o **digitali**, o in altra forma tecnica equivalente³².

L'agenzia nell'archiviazione e conservazione della documentazione si attiene anche alle direttive diramate dalla mandante.

La documentazione va conservata per tutta la durata del rapporto contrattuale o dell'incarico ovvero per un termine maggiore previsto dalla legge, e comunque per almeno cinque anni dalla cessazione del predetto rapporto/incarico.

Tuttavia gli obblighi di conservazione dei documenti richiamati alle lettere b) e c) dell'elenco, vengono meno, in caso

³¹ Per sé, la sua organizzazione e per l'intermediario a titolo accessorio del quale eventualmente si avvalga.

³² Il tutto nel rispetto delle disposizioni di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 e successive modificazioni e integrazioni, purché le procedure e le modalità di archiviazione e conservazione adottate siano idonee a garantire l'ordinata tenuta e gestione della documentazione.

Sezione II

LINEE GUIDA IN MATERIA DI CONFLITTI DI INTERESSE

GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE

Tutta la rete distributiva di agenzia opera con **equità, onestà e professionalità, correttezza e trasparenza nel migliore interesse dei clienti** e mantiene e applica i presidi organizzativi e amministrativi efficaci al fine di adottare tutte le misure ragionevoli volte ad evitare che i conflitti di interesse incidano negativamente sugli interessi dei propri clienti. **Tali disposizioni sono proporzionate alle attività svolte, ai prodotti assicurativi venduti e al tipo di Distributore.** Di volta in volta e caso per caso potrà essere necessario integrare le misure ove ciò sia richiesto dalla complessità dell'attività da svolgere in relazione al prodotto assicurativo da vendere. Con il presente documento la agenzia individua le misure idonee ad identificare i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra l'agenzia, inclusi agenti, soci, responsabili dell'attività di intermediazione, dipendenti e collaboratori, o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di qualsiasi attività di distribuzione.

Qualora le disposizioni organizzative o amministrative adottate per gestire i conflitti di interesse non siano sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di nuocere agli interessi del cliente, **ogni addetto alla distribuzione informa chiaramente il cliente, in tempo utile prima della conclusione di un contratto di assicurazione, della natura generale o delle fonti di tali eventuali conflitti di interesse.**

Fatti salvi gli obblighi di trasparenza, l'agente si adopera affinché non vengano ricevuti compensi o offerti ai propri dipendenti e collaboratori compensi e non ne vengano valutate le prestazioni in modo contrario al dovere di agire nel miglior interesse dei clienti.

Misure di gestione di conflitto

Presidio 	Prodotti Danni Nell'offerta e nella gestione di contratti l'Agenzia: a) si astiene dall'assumere, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o di affari, propri o delle società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di intermediario del relativo contratto in forma individuale o collettiva; b) propone contratti e suggerisce modifiche contrattuali o altre operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura dei contratti e delle operazioni stesse; c) opera al fine di contenere i costi a carico dei contraenti ed ottenere il miglior risultato possibile in relazione agli obiettivi assicurativi; d) si astiene dal proporre variazioni contrattuali e dal suggerire operazioni con frequenza non necessaria alla realizzazione degli obiettivi assicurativi; e) si astiene da ogni comportamento che possa avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri; f) non riceve un compenso e non offre un compenso ai propri dipendenti e non ne valuta le prestazioni in modo contrario al dovere di agire nel migliore interesse dei contraenti; g) non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stessa o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale intermediario possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del cliente; h) rispetto alla specifica attività distributiva, identifica le circostanze che generano o potrebbero generare un conflitto di interesse che possa ledere gli interessi di uno o più clienti...
Presidio 	Prodotti Vita IBIPs e non IBIPs Nell'offerta e nella gestione di contratti Vita, l'Agenzia: a) si astiene dall'assumere contemporaneamente, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o di affari, propri o delle società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di intermediario del relativo contratto in forma individuale o collettiva; b) propone contratti e suggerisce modifiche contrattuali o altre operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura dei contratti e delle operazioni stesse;

<p>c) opera al fine di contenere i costi a carico dei contraenti ed ottenere il miglior risultato possibile in relazione agli obiettivi assicurativi;</p> <p>d) si astiene dal proporre variazioni contrattuali e dal suggerire operazioni con frequenza non necessaria alla realizzazione degli obiettivi assicurativi;</p> <p>e) si astiene da ogni comportamento che possa avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri;</p> <p>f) non riceve un compenso e non offre un compenso ai propri dipendenti e non ne valuta le prestazioni in modo contrario al dovere di agire nel migliore interesse dei contraenti;</p> <p>g) non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stessa o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale intermediario possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del cliente;</p> <p>h) rispetto alla specifica attività distributiva, identifica le circostanze che generano o potrebbero generare un conflitto di interesse che possa ledere gli interessi di uno o più clienti.</p>

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione	
	Conflitto di interessi rami danni	Basso	Basso	Adozione di sistemi di controllo che subordinano l'emissione del contratto alla compilazione del questionario.	
	Conflitto di interessi rami vita	Basso	Medio		
	Conflitto di interessi prodotti IBIPs	Basso	Alto		
	Conflitti interessi su prodotti IBIPs	venga realizzato un guadagno finanziario o sia evitata una perdita finanziaria a potenziale discapito del cliente	Basso	Alto	Adozione di presidi supplementari, di seguito indicati.
		si realizzi un vantaggio finanziario o di altra natura che privilegi gli interessi di un altro cliente o gruppo di clienti rispetto a quelli del cliente in questione	Basso	Alto	
si realizzi un vantaggio finanziario o di altra natura che privilegi gli interessi di un altro cliente o gruppo di clienti rispetto a quelli del cliente in questione		Basso	Alto		
influenzare potenzialmente il risultato dell'attività distributiva a svantaggio del cliente		Basso	Alto		

Sulla base dell'analisi dei rischi, in relazione agli IBIPs l'agenzia dispone ulteriori presidi nell'ambito della valutazione dell'appropriatezza (o dell'adeguatezza solo nel caso in cui il Distributore decida di prestare consulenza) e comunicazione ai clienti

Presidio 	<p>I - L'agenzia consegna al cliente un rendiconto periodico circa i servizi forniti e le transazioni effettuate per conto del cliente, con gli eventuali costi sostenuti e il valore delle attività d'investimento sottostanti, qualora presenti. Tale dichiarazione deve essere fornita almeno annualmente.</p> <p>II - Quando l'agenzia effettua una vendita senza consulenza, il Distributore chiede al cliente informazioni in merito alle proprie conoscenze ed esperienze in materia di investimenti riguardo al tipo specifico di prodotto o servizio proposto, al fine di determinare se il servizio o il prodotto assicurativo in questione risulta adatto/appropriato. Se l'agenzia ritiene, in base alle informazioni ottenute, che il prodotto non sia appropriato al cliente, lo avverte di tale situazione. Diversamente, qualora il cliente non fornisca le informazioni richieste o le informazioni siano insufficienti per determinare conoscenze ed esperienze, l'agenzia informa il cliente che non è in grado di determinare se il prodotto è adatto/appropriato. L'agente conserva in maniera ordinata e trasparente tutta la documentazione utilizzata a evidenza della verifica effettuata, includendo tra l'altro le risultanze dell'analisi, l'eventuale avvertenza laddove il prodotto risulti non appropriato (incluso l'eventuale richiesta del cliente di procedere malgrado l'avvertenza e, se del caso, l'accettazione a concludere il contratto da parte dell'agenzia), l'eventuale avvertenza laddove il cliente non abbia fornito informazioni sufficienti (incluso l'eventuale richiesta del cliente di</p>
--	--

	<p>procedere malgrado l'avvertenza e, se del caso, l'accettazione a concludere il contratto da parte dell'agente).</p> <p>III - Qualora l'agenzia effettui una consulenza su un prodotto di investimento assicurativo e prima della stipula del contratto, acquisisce dal cliente ogni informazione utile a valutare le sue conoscenze ed esperienze, la sua situazione finanziaria, tra cui la sua capacità di sostenere perdite, e i suoi obiettivi di investimento, inclusa la sua tolleranza al rischio, al fine di raccomandare al cliente o potenziale cliente i prodotti di investimento assicurativi che siano adatti ed adeguati alla sua tolleranza al rischio e alla sua capacità di sostenere perdite. L'agenzia, inoltre, valutata l'adeguatezza del prodotto, fornisce al cliente, su un supporto durevole, prima della conclusione del contratto, una dichiarazione di idoneità (raccomandazione personalizzata) specificante la consulenza prestata e contenente i motivi per cui un particolare prodotto sarebbe più indicato a soddisfare le preferenze, gli obiettivi e ad altre caratteristiche del cliente. Nel caso in cui non siano ottenibili tutte le informazioni necessarie alla raccomandazione, verrà inibita la consulenza. Qualora l'agente verifichi l'idoneità del prodotto periodicamente, ne dà informativa al cliente su base annuale indicando la frequenza e l'ambito della valutazione, quali informazioni saranno soggette a riutilizzo nonché le modalità di comunicazione della raccomandazione. L'agenzia conserva in maniera ordinata e trasparente tutta la documentazione utilizzata per la formulazione del giudizio di adeguatezza del cliente, includendo le risultanze della verifica stessa, la raccomandazione fatta al cliente e la dichiarazione fornita, le eventuali modifiche apportate dall'agente rispetto alla valutazione di adeguatezza, in particolare eventuali modifiche della tolleranza al rischio del cliente, eventuali modifiche delle attività di investimento sottostanti.</p>
--	---

DISCIPLINA DEGLI INCENTIVI

Premesso che è definito "incentivo": secondo quanto previsto dall'articolo 2, par. 1, (2), del Regolamento Delegato (UE) 2359/2017, "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".

In tal senso, gli intermediari:

- non ricevono un compenso e non offrono un compenso ai loro dipendenti e non ne valutano le prestazioni in modo contrario al loro dovere di agire nel migliore interesse dei contraenti;
- non adottano disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stesso o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale distributore possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del contraente;
- mantengono e applicano presidi organizzativi e amministrativi efficaci al fine di adottare tutte le misure ragionevoli **volte ad evitare che i conflitti di interesse, come meglio indicati sopra**, incidano negativamente sugli interessi dei contraenti. I presidi sono proporzionati alle attività svolte e ai prodotti venduti;

Presidio	<p>L'agente</p> <ul style="list-style-type: none"> - informa il contraente, prima della conclusione del contratto, che non detiene conflitto di interesse, in occasione della consegna del Modello Allegato 3; - in ogni caso, opera in modo da non recare pregiudizio agli interessi del contraente; - in caso di prodotti di investimento assicurativo, <ul style="list-style-type: none"> o spiega al cliente i rischi che potrebbero insorgere e le misure che ha adottato per attenuare tali rischi; o indica chiaramente che tali misure non sono sufficienti per assicurare con ragionevole certezza che venga evitato il rischio di ledere gli interessi del cliente.
-----------------	---

L'agente si astiene dall'erogare incentivi diversi dalle provvigioni di mandato ai propri collaboratori.

L'attività di intermediazione è remunerata con un compenso rappresentato da "una combinazione di commissione inclusa nel premio assicurativo e altro tipo di compenso compresi benefici economici ricevuti in virtù dell'intermediazione effettuata". L'intermediario non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stessi o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale distributore possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del contraente.

In riferimento alle regole sul conflitto di interessi, in funzione dell'attività svolta e del prodotto collocato, l'intermediario rispetta il disposto dell'art. 55 del Regolamento 40 prevede che gli intermediari inoltre:

- si astengono dall'assumere, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o di affari, propri o di società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di intermediario del relativo contratto in forma individuale o collettiva;
- propongono contratti e suggeriscono modifiche contrattuali o altre operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura dei contratti e delle operazioni stesse;
- operano al fine di contenere i costi a carico dei contraenti ed ottenere il miglior risultato possibile in relazione agli obiettivi assicurativi;
- si astengono dal proporre variazioni contrattuali e dal suggerire operazioni con frequenza non necessaria alla realizzazione degli obiettivi assicurativi;
- si astengono da ogni comportamento che possa avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri.

DISPOSIZIONI IN MATERIA DI INCENTIVI PER I PRODOTTI IBIPs

In caso di distribuzione di prodotti di investimento assicurativo, l'intermediario opera in conformità con il disposto dell'art. 68 *sexies*, 68 *septies* e 68 *octies* Reg. IVASS n. 40/2018.

Pertanto l'agente non può, 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.

L'agente accetta incentivi se:

- accrescono la qualità dell'attività di distribuzione assicurativa;
- non pregiudicano l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del contraente;
- non distorce o influenza la percezione del servizio da parte del cliente.

Più in particolare quando l'intermediario presta consulenza su base indipendente non può percepire incentivi monetarie, tutt'al più può accettare soltanto benefici di natura non monetaria di minore entità (ragionevoli e proporzionati e non devono incidere sul comportamento dell'intermediario senza risultare pregiudizievoli per gli interessi del cliente).

<p>Presidio</p> 	<p>Prima dell'adozione di un incentivo¹ o uno schema di incentivazione, l'Agenzia, al fine di valutare se possa avere ripercussione negativa sulla qualità del pertinente servizio al cliente, svolge un'analisi complessiva che prende in considerazione tutti i fattori rilevanti che possono aumentare o diminuire il rischio di tale ripercussione negativa sulla qualità del pertinente servizio al cliente, e qualsiasi misura organizzativa adottata dall'intermediario per evitare il rischio di una ripercussione negativa. In particolare l'Agenzia considera i seguenti criteri:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) se un incentivo o uno schema di incentivazione possa indurre l'Agenzia ad offrire o raccomandare un particolare prodotto o servizio assicurativo al cliente malgrado il fatto che l'Agenzia stessa sia in grado di offrire un prodotto o servizio assicurativo diverso che soddisfi maggiormente le necessità del cliente; b) se l'incentivo o lo schema di incentivazione si basi solo o principalmente su criteri quantitativi commerciali o se prenda in considerazione criteri qualitativi adeguati, che riflettono quanto previsto dai regolamenti applicabili, la qualità dei servizi forniti ai clienti e la soddisfazione del cliente; c) il valore dell'incentivo versato o percepito in relazione al valore del prodotto e dei servizi forniti; d) se l'incentivo sia interamente o principalmente versato al momento della conclusione del contratto di assicurazione o se si estenda a tutta la durata del contratto; e) l'esistenza di un meccanismo adeguato per richiedere il rimborso dell'incentivo nel caso in cui il prodotto si estingua anticipatamente o venga riscattato in anticipo o nel caso in cui gli interessi del cliente siano stati lesi; f) l'esistenza di qualsiasi forma di soglia variabile o contingente o qualsiasi altro tipo di acceleratore di valore che venga sbloccato dal raggiungimento di un obiettivo che si basi sul volume o sul valore delle vendite.
--	---

SEZIONE III MONITORAGGIO

Fermo quanto già previsto nelle due sezioni che precedono, per evitare e ridurre questi rischi l'Agente monitora regolarmente e nel continuo le attività di distribuzione di ciascun prodotto, raccogliendo i dati sul collocamento e sulla clientela necessari per alimentare i flussi informativi diretti al produttore e per il corretto svolgimento delle operazioni di controllo e revisione dei documenti in materia di POG.

Le azioni di monitoraggio sono volte a verificare e registrare in particolare:

- se il prodotto è collocato all'interno del mercato di riferimento individuato e se continua ad essere coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del medesimo;
- se si verificano circostanze che possono causare un danno al cliente o che comunque possono andare in conflitto con l'obbligo di agire secondo il miglior interesse del cliente stesso;
- i dati pertinenti sulle vendite richiesti dal produttore (ad esempio, volumi di vendita dentro e fuori il mercato di riferimento, profili di rischio del cliente);
- i livelli di accettazione del prodotto e di soddisfazione da parte della clientela;
- i reclami relativi al prodotto (ferme restando le norme speciali in materia).

Nel comunicare con il produttore l'Agenzia rispetta l'accordo sui flussi informativi e comunque, salvo non siano già predisposti mezzi e modalità di comunicazione specifici, l'agente individua idonei ed efficienti strumenti informativi (nello specifico messaggio di posta elettronica con conferma di lettura da parte del destinatario) attraverso cui veicolare le informazioni concernenti la distribuzione dei prodotti dirette al produttore.

In particolare, a supporto dei processi di monitoraggio e controllo attuati dal produttore e su richiesta di questo, il Distributore comunica ad esso (a mezzo e-mail o nelle specifiche forme richieste dal produttore) le informazioni relative alle vendite, incluse eventualmente quelle sui controlli regolari dei Meccanismi di distribuzione.

In ogni caso, il Distributore segnala senza ritardo al produttore i casi nei quali rilevi disallineamenti del prodotto rispetto agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato, nonché ogni circostanza idonea a causare danno al contraente.

In caso di mancato riscontro delle segnalazioni da parte del produttore nel termine di dieci giorni lavorativi, il Distributore accerta con i mezzi più opportuni che le stesse siano pervenute al destinatario e, se del caso, tiene conto dei risultati degli accertamenti al fine della revisione del Documento.

L'agenzia traccia le segnalazioni, l'attività di monitoraggio, i contratti venduti fuori target con riferimento al prodotto, indicandone il numero.

Evidenzia i pregiudizi per la clientela riscontrati nella vendita del prodotto e ne descrive la natura. Stabilisce le modifiche ai meccanismi distributivi segnalandoli alla compagnia Revisione e aggiorna, almeno annualmente, il presente documento

Il presente documento composto di 22 pagine è stato approvato dall'agenzia in persona del responsabile per la distribuzione assicurativa che è altresì responsabile della definizione, attuazione e revisioni del presente documento, dei meccanismi di distribuzione, dei protocolli e procedure di monitoraggio nonché del suo continuo e fedele rispetto. E produce effetti immediati. Con la sottoscrizione tutti i destinatari ne prendono visione e dichiarano di averne ricevuto copia, compreso ed accettato il contenuto.

Data .. 0..1. {ò/. ZP.2../.....

TIMBRO e FIRMA AGENZIA

Ciarri Nicola
Via Vittorio Veneto 69 70010 Marone - BA
P.Iva 08253580728 Pec. ciarinicola@pec.it
Ivass Rgt A000584162

I collaboratori per presa visione e ricevuta (data e firma)

POLITICA DI PRODUCT OVERSIGHT & GOVERNANCE E MECCANISMI

DI DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO

*(artt. 121-bis d.lgs. 209/2005, 10-12 reg. del. Ue 2017/2358 e 10-16
reg. IVASS 45/2020)*

DEL DISTRIBUTORE

CIARDI NICOLA

AGENZIA GENERALE

VIA VITTORIO VENETO, 69

70010 ADELFA - BARI

N. Iscrizione RUI: A000584162

PEC: ciardinicola@pec.it

Mail: info@cnrassicurazioni.it

Parte 2 - Versione 31 marzo 2021

INDICE

1. MAPPATURA DELLA STRUTTURA DISTRIBUTIVA AGENZIALE	
2. QUADRO NORMATIVO
2.1 INTRODUZIONE SINTETICA DELLA NORMATIVA
2.2 FONTI NORMATIVE DI RIFERIMENTO
3. OGGETTO, SCOPI, APPROVAZIONE, EFFICACIA, RESPONSABILITÀ, DESTINATARI E PERIMETRO APPLICATIVO DEL DOCUMENTO
3.1 OGGETTO E SCOPI DEL DOCUMENTO
3.2 APPROVAZIONE, EFFICACIA E RESPONSABILITÀ DEL DOCUMENTO
3.3 DESTINATARI E PERIMETRO APPLICATIVO DEL DOCUMENTO
4. INFORMAZIONI SUL PRODOTTO ASSICURATIVO, CANALI E FLUSSI INFORMATIVI. TARGET MARKET
4.1 ACQUISIZIONE DELLE NECESSARIE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI ASSICURATIVI
4.2 GESTIONE E CONTROLLO DEI CANALI INFORMATIVI IN INGRESSO
4.3 TARGET MARKET
4.4 COMPLIANCE DELLA RETE DISTRIBUTIVA E FLUSSI INFORMATIVI INTERNI
4.5 MONITORAGGIO DELLA DISTRIBUZIONE E FLUSSI INFORMATIVI IN USCITA
4.6 PRODOTTI INERENTI AI RAPPORTI DI LIBERA COLLABORAZIONE ORIZZONTALE CON ALTRI DISTRIBUTORI
5. STRATEGIE DISTRIBUTIVE E PRESIDI PER IL CORRETTO COLLOCAMENTO DEI PRODOTTI ASSICURATIVI
5.1 STRATEGIE DISTRIBUTIVE
5.2 ACQUISIZIONE DELLE INFORMAZIONI DAL CLIENTE E VERIFICA DELLA COERENZA CON LE RELATIVE RICHIESTE ED ESIGENZE (“DEMANDS AND NEEDS TEST”). PROTEZIONE DEI DATI
5.3 INFORMAZIONI DA RENDERE AL CLIENTE
5.4 ATTIVITÀ CONSULENZIALE
5.5 PRODOTTI D’INVESTIMENTO ASSICURATIVI (IBIPs)
5.6 DISTRIBUZIONE A DISTANZA
6. REVISIONI, MODIFICHE E DOCUMENTAZIONE
6.1 REVISIONE DEL DOCUMENTO E DEI MECCANISMI DI DISTRIBUZIONE
6.2 DOCUMENTAZIONE DELL’ATTIVITÀ
7. PRINCIPIO DI PROPORZIONALITÀ

PARTE GENERALE

1. Mappatura della struttura distributiva agenziale

Agente- CIARDI NICOLA- Responsabili dell'intermediazione assicurativa:

CIARDI NICOLA - Sez. A- N° iscrizione

A000584162 Dipendenti: NESSUNO

Collaboratori iscritto in sezione E:

Bassani Marco E000595173 Bellomo Gianluigi E000139316 Galletti Manuela
E000657071 Findania Srl E000245180 Merola Rosa E000228133 Parisi
Michele E000046488 Polichetti Rosanna E000264697 Ruggiero Pierdomenico
E000623741 Supressa Stefania E000057764 Tumminia Cinzia E000572582
Bellomo Antonella E000679579 Bellino Vita E000679575 Tragni
Maria E000124492 Tutor Pont srls E000598091 DANIELE ALESSANDRI
E000588352 GIUSEPPE NICOTRA E000601042 ANDREA IANNINO
E000662966 DANIELE DI FELICE E000513743 MAURIZIO GIUFFRIDA
E000679576 PAOLO DI BLASIO E000679577 ANDREA BRUNO LAUDANI
E000679578

Addetto all'interno dei locali-----

Elenco Mandati Assicurativi:

CF Assicurazioni S.p.A. Via Paolo di Dono, 73, 00142 Roma RM
CF Life Compagnia di Assicurazioni S.p.A. - Via Paolo di Dono, 73,
00142 Roma RM Allianz Direct Piazza Tre Torri, 3 - 20145 Milano
Met Life S.p.A. Via Andrea Vesalio, 6, 00161 Roma RM

Accordi di Collaborazione Orizzontale:

COLLABORAZIONE CON AGENZIE GENERALI (A-A):

- Prima.it S.p.A. - numero RUI A000511660 Imprese rappresentate:
IPTIQ EMEA P&C SA- IPTIQ EMEA P&C SA -
WAKAM - GREAT LAKES INSURANCE SE

COLLABORAZIONI CON BROKER ASSICURATIVI (A-B)

- RC Polizza.it - Via Vincenzo Verrastro, 19/D - 85100 Potenza (PZ) - RUI
B000488439
- ABY Broker - Via Montenapoleone 8 20121 Milano - RUI B000137063
- CITO Franco - Via Brindisi, 130, 72019 San Vito dei Normanni BR - RUI
B000117974

2. Quadro normativo

2.1 Introduzione sintetica della normativa

La direttiva UE 2016/97 {in materia di distribuzione assicurativa; in inglese *Insurance Distribution Directive* o "IDD"), unitamente al complesso di fonti europee e interne (*in primis*, d.lgs. 209/2005 e reg. IVASS 45/2020) che ne è derivato, prefiggendosi lo scopo di aumentare i presidi a tutela dei contraenti e di evitare o attenuare fenomeni di *mis-selling* dei prodotti assicurativi, introduce la disciplina del «*governo e controllo del prodotto*» (in inglese *product oversight and governance* o "POG").

Tale istituto mira a garantire che, sin dalla fase di prima progettazione, i prodotti assicurativi siano realizzati attraverso procedure che ne assicurino la distribuzione in modo rispondente alle caratteristiche, esigenze e richieste del cliente, evitando o comunque attenuando pregiudizi per il medesimo.

La disciplina si applica dal 1 ° ottobre 2018 e concerne i prodotti assicurativi di nuova realizzazione, nonché quelli esistenti oggetto di significative modifiche.

In primis, la disciplina di POG vede come naturale destinatario il soggetto che realizza prodotti assicurativi (o "produttore"), prescrivendo ad esso l'attuazione di un processo di approvazione dei medesimi, prima che siano posti in distribuzione. Obiettivo principale di tale processo è l'individuazione di un mercato di riferimento (o *target market*) per ciascun prodotto, nonché di strategie distributive coerenti con il mercato di riferimento e di misure ragionevoli per assicurare che il prodotto sia distribuito a soggetti le cui richieste ed esigenze si presentino compatibili con il mercato di riferimento individuato.

Il processo di approvazione deve inoltre contenere misure per il monitoraggio, la revisione e la distribuzione dei prodotti, nonché presidi correttivi per i prodotti pregiudizievoli per i clienti, e deve essere definito in un documento scritto, detto "politica in materia di governo e controllo del prodotto" (o "politica POG").

Al fine di garantire il corretto collocamento dei prodotti attraverso i canali distributivi selezionati, il produttore è tenuto a mettere a disposizione dei distributori che non realizzano prodotti assicurativi (anche solamente "distributori") tutte le informazioni necessarie sul prodotto e sul processo di approvazione di esso, compreso in particolare il mercato di riferimento individuato.

In secondo luogo, e d'altro lato, la disciplina POG è diretta al distributore, soggetto responsabile della definizione di meccanismi di distribuzione del prodotto, i quali, in coerenza e allineamento con la politica POG del produttore,

sono volti ad assicurare l'acquisizione di tutte le informazioni necessarie alla piena comprensione dei prodotti da parte del distributore stesso e al corretto collocamento nei confronti del cliente, in particolare:

- mirando a evitare o attenuare il pregiudizio per esso;
- supportando una corretta gestione dei conflitti di interesse;
 - garantendo che gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti siano debitamente tenuti in considerazione.

Il distributore deve assicurare che anche i soggetti che svolgono attività di distribuzione per suo conto adempiano agli obblighi previsti dalla normativa, attraverso la predisposizione di atti negoziali *ad hoc*, nonché attraverso la corretta gestione dei flussi informativi provenienti dal (nonché diretti al) al produttore.

Valutata la situazione, le caratteristiche e i bisogni della propria clientela, in relazione a ciascun prodotto il distributore è tenuto a individuare propri mercati di riferimento effettivi (positivo e negativo), i quali possono anche coincidere con i *target market* positivo e negativo individuati dal produttore e devono essere a questo comunicati.

I meccanismi di distribuzione devono essere oggetto di revisione regolare ad intervalli stabiliti dal distributore e appropriati in ragione della dimensione, portata e complessità dei prodotti interessati.

Al fine di raccordare i processi di controllo e monitoraggio previsti secondo le rispettive competenze del produttore e del distributore, la normativa prevede che, su richiesta del primo, il secondo fornisca le informazioni pertinenti sulle vendite, comprese, se del caso, le informazioni sui controlli regolari dei meccanismi di distribuzione del prodotto.

In ogni caso, il distributore è tenuto a segnalare tempestivamente al produttore i casi nei quali rilevi che il prodotto assicurativo non è in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento, nonché eventuali altre circostanze legate al prodotto che possano causare danno al cliente.

Inoltre, si prevede che le azioni adottate dal distributore in relazione ai propri presidi in materia di governo e controllo dei prodotti siano debitamente documentate, conservate a fini di *audit* e messe a disposizione delle autorità competenti, su richiesta.

Affinché ciascun attore dei processi POG sia messo in grado di adempiere ai propri obblighi, la normativa disciplina puntualmente i flussi informativi che devono essere scambiati tra le varie parti della catena distributiva. Strumento fondamentale in tal senso è l'accordo tra produttore e distributore, con cui sono

identificati "la direzione, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle rispettive attività e necessarie per adempiere ai rispettivi obblighi" (art. 10, reg. IVASS 45/2020).

La violazione da parte dell'intermediario delle disposizioni in materia di POG (di cui all'art. 121-bis del Codice delle assicurazioni private e alla disciplina attuativa emanata dall'IVASS} è sanzionata con una delle seguenti misure punitive (art. 324, comma 1, del Codice medesimo):

- a) richiamo;
- b) censura;
- c) sanzione amministrativa pecuniaria:
 - 1) per le società, da cinquemila euro a cinque milioni di euro oppure, se superiore, pari al cinque per cento del fatturato complessivo annuo risultante dall'ultimo bilancio disponibile approvato dall'organo di amministrazione;
 - 2) per le persone fisiche, da mille euro a settecentomila euro;
- d) radiazione o, in caso di società di intermediazione, cancellazione.

2.2 Fonti normative di riferimento

Data	Soggetto emanante e testo normativo
20 gennaio 2016	Direttiva UE 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio sulla distribuzione assicurativa ("IDD")
18 marzo 2016	EIOPA - <i>Preparatory Guidelines on product oversight and governance arrangements</i> (Orientamenti preparatori sulle disposizioni in materia di governo e controllo del prodotto)
1° febbraio 2017	EIOPA - <i>Technical Advice on possible delegated acts concerning the Insurance Distribution Directive</i>
11 agosto 2017	Regolamento di esecuzione UE 2017/1469 della Commissione sul formato standardizzato del documento informativo relativo al prodotto assicurativo
IVASS - Lettera al mercato in materia di Direttiva UE n. 4 settembre 2017 2016/97 sulla distribuzione assicurativa e orientamenti preparatori	EIOPA sui presidi in materia di governo e

	controllo del prodotto (POG) da parte delle imprese di assicurazione e dei distributori di prodotti assicurativi.
21 settembre 2017	Regolamento delegato UE 2017/2358 della Commissione sui requisiti in materia di governo e controllo del prodotto per le imprese di assicurazione e i distributori di prodotti assicurativi
21 maggio 2018	Decreto legislativo 68/2018, attuazione della direttiva UE 2016/97, recante riforma del decreto legislativo 209/2005 (Codice delle assicurazioni private)
2 agosto 2018	Regolamento IVASS 40/2018 in materia di distribuzione assicurativa e riassicurativa
2 agosto 2018	Regolamento IVASS 41/2018 in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi
4 agosto 2020	Provvedimento IVASS 97/2020 recante, fra l'altro, modifiche al regolamento IVASS 40/2018
4 agosto 2020	Regolamento IVASS 45/2020 in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi
Nel continuo	Circolari e altri documenti contenenti prescrizioni in materia di POG provenienti dal produttore (in particolare, istruzioni/informazioni sulla distribuzione dei prodotti e accordo sui flussi informativi POG)

3. Oggetto, scopi, approvazione, efficacia, responsabilità, destinatari e perimetro applicativo del documento

3.1 Oggetto e scopi del documento

Il presente documento ("Documento") contiene le disposizioni, le procedure, le misure, le raccomandazioni e le indicazioni che l'Agenzia Ciardi Nicola, Agente Generale, Via Vittorio Veneto, 69 70010 - Adelfia (BA) (anche semplicemente "Distributore", "Agenzia" o "Agente") e i soggetti da questa addetti all'attività di distribuzione devono osservare al fine di assicurare che il collocamento di prodotti assicurativi presso il cliente avvenga secondo criteri di trasparenza e completezza delle informazioni fornite, sia coerente con le sue caratteristiche, richieste ed esigenze e siano evitati o attenuati pregiudizi per il cliente stesso.

Scopo precipuo del Documento è delineare un processo distributivo conforme alla normativa di riferimento in materia di governo e controllo del prodotto, nonché alla politica POG, alle strategie distributive e alle altre istruzioni del produttore.

A tal fine, il Documento è teso a garantire che:

- il Distributore ottenga dal produttore tutte le informazioni necessarie sui prodotti assicurativi;
- il Distributore comprenda compiutamente le caratteristiche dei prodotti assicurativi e il mercato di riferimento individuato per essi;
- il Distributore valuti in modo appropriato la situazione e le esigenze dei clienti, al fine di garantire che gli interessi di questi ultimi non siano compromessi da pressioni commerciali ovvero da interessi del Distributore stesso, nonché al fine di individuare un proprio mercato di riferimento effettivo e un proprio mercato di riferimento negativo effettivo per il prodotto;
- il Distributore collochi il prodotto ai clienti rientranti nei mercati di riferimento individuati per lo stesso;
 - il cliente riceva in modo chiaro, completo, preciso e trasparente tutte le informazioni sull'attività di distribuzione previste dalla normativa vigente;
- i prodotti siano distribuiti solo quando ciò sia nell'interesse del cliente e l'attività di distribuzione sia sempre focalizzata sul migliore interesse dello stesso;
- gli obiettivi, gli interessi, le richieste, le esigenze e le caratteristiche del cliente siano debitamente tenuti in considerazione;
- siano messi a disposizione del cliente tutti gli elementi necessari per l'assunzione di una decisione informata;
- nell'attività distributiva sia realizzata una corretta gestione dei conflitti di interesse e sia evitato o comunque attenuato qualsiasi pregiudizio per il cliente;
- ove il Distributore si doti di una propria strategia distributiva, essa non si ponga in contrasto con la strategia distributiva e il mercato di riferimento individuati dal produttore;
- tutti i flussi informativi inerenti alla distribuzione del prodotto provenienti dal Distributore e diretti allo stesso (dal produttore e dal personale addetto per suo conto al collocamento) siano realizzati in modo conforme alla normativa di riferimento e agli accordi intercorrenti tra le parti coinvolte;

- la rete distributiva (intermediari, collaboratori e/o addetti all'attività di distribuzione) sia portata a conoscenza di tutte le informazioni necessarie per adempiere alle disposizioni del Documento;
- l'attività distributiva sia monitorata regolarmente e nel continuo, attraverso la raccolta dei dati relativi al collocamento di ciascun prodotto, attraverso le procedure adottate dal Distributore, quando non siano utilizzate quelle indicate dal produttore, al fine di alimentare i flussi informativi diretti al produttore interessato, per supportare quest'ultimo nelle relative attività di monitoraggio, controllo e revisione del prodotto;
- sia posta in essere una revisione nel continuo, ad intervalli regolari, dei Meccanismi di distribuzione, per verificarne la validità e l'aggiornamento e procedere, se del caso, alla modifica di essi in ottica correttiva e migliorativa;
- le azioni intraprese in esecuzione delle disposizioni del Documento medesimo e in adempimento alla normativa di riferimento siano debitamente documentate e conservate, anche al fine di rendere le relative informazioni disponibili, su richiesta, alle autorità competenti.

3.2 Approvazione, efficacia e responsabilità del Documento

Ai sensi della normativa dell'Unione europea, il soggetto responsabile per la distribuzione assicurativa all'interno della struttura del Distributore è a propria volta responsabile ultimo della definizione, dell'attuazione, della revisione del Documento e dei Meccanismi di distribuzione di ciascun prodotto e ne verifica nel continuo il rispetto da parte dei destinatari.

L'individuazione del Responsabile è comunicata a tutti i soggetti destinatari del presente Documento, che allo scopo è da essi sottoscritto o comunque è ad essi diffuso in modo tracciato.

3.3 Destinatari e perimetro applicativo del Documento

Il Documento è applicabile con riferimento a ogni atto e fase dell'attività distributiva posta in essere dal Distributore.

Esso è diretto a e deve essere osservato da tutti i soggetti che svolgono attività di distribuzione per conto del Distributore:

Collaboratori:

Bassani Marco E000595173 Bellomo Gianluigi E000139316 Galletti Manuela
E000657071 F. Indania Srl E000245180 Merola Rosa E000228133 Parisi Michele
E000046488 Polichetti Rosanna E000264697 Ruggiero Pierdomenico E000623741
Supressa Stefania E000057764 Tumminia Cinzia E000572582 Bellomo Antonella
E000679579 Bellino Vita E000679575 Tragni Maria E000124492 Tutor Pont srls
E000598091 D'ANIELE ALESSANDRI E000588352 GIUSEPPE NICOTRA
E000601042 ANDREA IANNINO E000662966 DANIELE DI FELICE
E000513743 MAURIZIO GIUFFRIDA E000679576 PAOLO DI
BLASIO E000679577 ANDREA BRUNO LAUDANI E000679578

COLLABORAZIONE CON AGENZIE GENERALI (A-A):

- Prima.it S.p.A. - numero RUI A000511660 Imprese rappresentate:
IPTIQ EMEA P&C SA - IPTIQ EMEA P&C SA -
WAKAM - GREAT LAKES INSURANCE SE

COLLABORAZIONI CON BROKER ASSICURATIVI (A-B)

- RC Polizza.it - Via Vincenzo Verrastro, 19/D - 85100 Potenza (PZ)
- RUI B000488439
- ABY Broker - Via Montenapoleone 8 20121 Milano - RUI B000137063
- CITO Franco - Via Brindisi, 130, 72019 San Vito dei Normanni BR - RUI
B000117974

Tali soggetti costituiscono la rete distributiva agenziale (anche solo "rete distributiva" o "Destinatari").

4. Informazioni sul prodotto assicurativo, canali e flussi informativi.

Target market

4.1 Acquisizione delle necessarie informazioni sui prodotti assicurativi

Il Distributore, prima della proposta ai clienti, verifica che per ciascun prodotto assicurativo siano state ottenute dal produttore tutte le informazioni necessarie per la distribuzione, in particolare relative:

- al mercato di riferimento (*target market*) individuato, sia positivo (cioè l'ambito di soggetti per la vendita ai quali è progettato il prodotto,

nonché i soggetti per i quali il prodotto si presenta compatibile, risultando coerente con le relative caratteristiche ed esigenze) sia negativo (cioè la tipologia di soggetti per la quale il prodotto non è concepito e non risulta compatibile);

- alla strategia di distribuzione suggerita dal produttore;
- agli aspetti e alle caratteristiche principali del prodotto, comprese le informazioni sui rischi e costi, anche impliciti;
- a qualunque circostanza che possa causare un conflitto di interesse a danno del cliente.

Il Distributore verifica, per quanto possibile, che tali informazioni siano appropriate, chiare, complete e aggiornate. Se rileva il difetto di uno o più dei predetti requisiti, presenta senza ritardo al produttore interessato a mezzo e-mail una motivata segnalazione delle circostanze rilevate, sollecitando chiarimenti e/o integrazioni sul punto.

In presenza di un quadro informativo del prodotto non conforme ai principi e criteri descritti e a quelli ulteriori eventualmente indicati dal produttore, il prodotto non può essere proposto né collocato al cliente.

Il Distributore segnala al produttore, in particolare, gli elementi da cui possa emergere il rischio di collocare il prodotto in modo non rispondente alle esigenze e richieste del cliente o di arrecare un pregiudizio ad esso.

4.2 Gestione e controllo dei canali informativi in ingresso

Il Distributore ottiene dal produttore interessato le informazioni necessarie sui prodotti assicurativi e invia al produttore le informazioni previste dalla normativa secondo quanto previsto dall'accordo in materia di flussi informativi POG stipulato ai sensi dell'art. 10, reg. IVASS 45/2020.

Tale accordo identifica la direzione, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle rispettive attività e necessarie per adempiere ai rispettivi obblighi.

L'identificazione dei flussi informativi:

- a) è finalizzata a guidare il distributore nella conoscenza del prodotto e ad assicurare che la distribuzione sia rivolta a clienti appartenenti al mercato di riferimento individuato dal produttore;
- b) è finalizzata a favorire l'adempimento da parte del Distributore degli obblighi di segnalazione al produttore di ogni disallineamento del prodotto rispetto al *target market* e di ogni circostanza potenzialmente pregiudizievole per il cliente;
- c) è soggetta a revisione periodica;

- d) favorisce l'esercizio dell'azione di vigilanza sul pieno rispetto degli obblighi di cui al Regolamento (UE) 2017/2358 e del reg. IVASS 45/2020 da parte delle Autorità di vigilanza competenti.

In caso di conflitto o incompatibilità tra le regole inerenti ai flussi informativi previsti dal presente documento e quelle contenute nell'accordo **ex** art. 10, reg. IVASS 45/2020, prevarranno sempre queste ultime (ove conformi alla normativa di riferimento).

Il Distributore verifica, con frequenza ragionevole, che i canali informativi individuati per l'acquisizione e la diffusione delle informazioni sui prodotti assicurativi siano operativi e segnala tempestivamente qualsiasi malfunzionamento del canale o anomalia nel flusso di informazioni al soggetto interessato.

4.3 Target market

Prima della sottoscrizione del contratto, i distributori acquisiscono dal contraente (e dall'aderente in caso di polizza collettiva) tutte le informazioni necessarie per valutarne l'appartenenza al mercato di riferimento o al mercato di riferimento negativo individuati dal produttore.

Il Distributore non colloca prodotti assicurativi ai clienti che appartengono al mercato di riferimento negativo individuato dal produttore.

È consentita la distribuzione di prodotti assicurativi a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato dal produttore, purché i clienti non appartengano al mercato di riferimento negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti.

Con riguardo ai prodotti di investimento assicurativi il Distributore può effettuare il collocamento a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato dal produttore, purché i clienti non appartengano al mercato di riferimento negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, siano adeguati ovvero, in caso di prodotti non complessi di cui all'articolo 16 del Regolamento (UE) 2017 /2359, purché i clienti non appartengano al mercato di riferimento negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e siano adeguati o appropriati.

Secondo le modalità previste dall'accordo in materia di flussi informativi POG, il Distributore comunica al produttore i casi di collocamento del prodotto a clienti non rientranti nel mercato di riferimento.

Il Distributore, sulla base dei flussi informativi ricevuti dal produttore, valuta la situazione, le caratteristiche, le esigenze e gli obiettivi della propria clientela al fine di individuare per ciascun prodotto:

- il mercato di riferimento effettivo, quale specificazione del *target market* positivo individuato dal produttore;
- il mercato di riferimento negativo effettivo, comprendente le ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito, quale estensione del *target market* negativo individuato dal produttore.

I mercati di riferimento effettivi sono comunicati al produttore prima della relativa distribuzione.

Il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo possono coincidere con il mercato di riferimento e il mercato di riferimento negativo individuati dal produttore.

Se i mercati di riferimento effettivi non coincidono con quelli individuati dal produttore, il Distributore:

- comunica i *target market* effettivi ai Destinatari (la mancata comunicazione significa coincidenza con i mercati di riferimento individuati dal produttore);
- riesamina regolarmente i prodotti assicurativi distribuiti tenendo conto di qualsiasi evento che possa incidere significativamente sui rischi potenziali per il mercato di riferimento nonché della eventuale revisione del prodotto effettuata dal produttore, al fine di valutare almeno se il prodotto assicurativo resti coerente con le esigenze del mercato di riferimento effettivo e se la prevista strategia distributiva continui a essere appropriata;
- anche a seguito delle indicazioni e valutazioni ricevute dal produttore, riconsidera il mercato di riferimento effettivo e/o aggiorna le procedure e le misure adottate qualora rilevi di aver erroneamente identificato il mercato di riferimento effettivo per un prodotto assicurativo ovvero qualora il prodotto assicurativo non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento effettivo;
- comunica al produttore l'eventuale individuazione di un nuovo mercato di riferimento effettivo in esito all'eventuale riconsiderazione.

Il Distributore esamina periodicamente i flussi informativi sul prodotto provenienti dal produttore, nonché quelli diretti a quest'ultimo in relazione al collocamento del prodotto a clienti non appartenenti al mercato di riferimento individuato, al fine di individuare l'eventuale momento in cui il prodotto non

dovesse più rispondere agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato dal produttore.

4.4 Compliance della rete distributiva e flussi informativi interni

Il Documento e i Meccanismi di distribuzione e ogni informazione inerente alla distribuzione del prodotto proveniente dal produttore sono comunicati a tutti i Destinatari, i quali sono tenuti a conformarvisi.

Salvo non vi provveda già il produttore e comunque nel rispetto dell'accordo sui flussi informativi POG ai sensi dell'art. 10, reg. IVASS 45/2020, il distributore predispone idonei strumenti per la diffusione a tutti i Destinatari delle informazioni sui prodotti e sulle relative strategie distributive, nonché delle ulteriori indicazioni sulla distribuzione provenienti dal produttore e delle altre informazioni previste dal Documento.

In applicazione di quanto sopra, in particolare, Destinatari accedono alle informazioni:

- attraverso una pec che verrà inviata periodicamente e/o previa consegna a mano effettuata dal distributore al proprio collaboratore che provvederà alla sottoscrizione del documento stesso per ricevuta;

Nel caso in cui un addetto all'attività di distribuzione sia abilitato a proporre esclusivamente determinati prodotti o categorie di prodotti, i flussi informativi che lo coinvolgono sono circoscritti a tali prodotti o categorie di prodotto.

Il Responsabile verifica la corretta diffusione dei flussi informativi previsti dal Documento nell'ambito della rete distributiva, nonché i Destinatari comunicano per iscritto (attraverso una pec o a mano) al Responsabile, ai fini della segnalazione al produttore:

- se acquisiscono consapevolezza del fatto che un prodotto assicurativo non sia in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o del fatto che altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno al cliente;
- se collocano il prodotto a clienti non appartenenti al mercato di riferimento;
- qualsiasi circostanza idonea a causare un mancato allineamento alle previsioni del Documento.

Delle suddette verifiche e segnalazioni il Responsabile tiene conto nell'adottare le opportune azioni in fase di revisione del Documento e nell'adempimento degli obblighi di segnalazione al produttore.

4.5 Monitoraggio della distribuzione e flussi informativi in uscita

Il distributore monitora i rischi di mancato adempimento alla normativa in materia di governo e controllo del prodotto, nonché, regolarmente e nel continuo, le attività di distribuzione di ciascun prodotto, raccogliendo secondo le indicazioni del produttore i dati sul collocamento e sulla clientela necessari per alimentare i flussi informativi diretti allo stesso e per il corretto svolgimento delle operazioni di controllo e revisione dei documenti in materia di POG.

Gli strumenti utilizzati nello svolgimento delle attività di monitoraggio sono i sistemi informativi, eventualmente predisposti dal produttore, utilizzati dal Distributore, nonché la documentazione concernente i flussi informativi POG, i reclami e le altre manifestazioni di insoddisfazione provenienti dai clienti.

Le azioni di monitoraggio sono volte a verificare e registrare in particolare:

- se il prodotto è collocato all'interno del mercato di riferimento individuato e se continua ad essere coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del medesimo;
- se si verificano circostanze che possono causare un danno al cliente o che comunque possono confliggere con l'obbligo di agire secondo il miglior interesse del cliente stesso;
- i dati pertinenti sulle vendite richiesti dal produttore (ad esempio, volumi di vendita dentro e fuori il mercato di riferimento, profili di rischio del cliente);
- i livelli di accettazione del prodotto e di soddisfazione da parte della clientela;
- i reclami relativi al prodotto (ferme restando le norme speciali in

materia). In ogni caso, il distributore segnala senza ritardo al produttore i casi nei quali rilevi disallineamenti del prodotto rispetto agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato, nonché ogni circostanza idonea a causare danno al contraente.

In caso di mancato riscontro delle segnalazioni da parte del produttore nel termine di dieci giorni lavorativi, il distributore accerta con i mezzi più opportuni che le stesse siano pervenute al destinatario e, se del caso, tiene conto dei risultati degli accertamenti al fine della revisione del Documento.

Le segnalazioni previste dal presente articolo sono effettuate secondo le modalità previste nell'accordo ex art. 10, reg. IVASS 45/2020 stipulato con il produttore interessato e, ove non registrate attraverso strumenti predisposti dal produttore, sono conservate ai sensi dell'art. 67, reg. IVASS 40/2018.

Fermo restando il complesso degli ulteriori obblighi d'informazione verso i produttori, previsti da norme primarie, regolamentari, contrattuali o comunque applicabili al Distributore, questo cura l'allineamento di tutti i flussi informativi pertinenti con gli scopi del Documento (ad esempio, integrazione delle informazioni relative ai reclami trasmessi ai sensi del reg. ISVAP 24/2008 con circostanze conosciute dal Distributore in punto di allineamento al *target market*).

4.6 Prodotti inerenti ai rapporti di libera collaborazione orizzontale con altri distributori

Il Distributore comunica gli accordi di collaborazione sottoscritti in cui rivesta il ruolo di emittente al produttore interessato.

Gli accordi di collaborazione orizzontale sottoscritti dal Distributore garantiscono il rispetto di quanto previsto dalle vigenti disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo del prodotto.

Nel caso di accordo di libera collaborazione orizzontale con altro distributore, i flussi informativi in ingresso e in uscita di cui al Documento sono intrattenuti con l'intermediario proponente che offre i prodotti del Distributore e con l'intermediario emittente avente il rapporto diretto con il produttore interessato (in luogo di questo).

In particolare, il Distributore prima dell'avvio dell'attività di distribuzione del prodotto:

- se riveste il ruolo di proponente, riceve dall'emittente tutti i flussi informativi provenienti dal produttore e le definizioni dei *target market* effettivi e comunica all'emittente i mercati di riferimento effettivi individuati, nonché i casi in cui collochi i prodotti a clienti non rientranti nel *target market* individuato dal produttore;
- se riveste il ruolo di emittente, trasmette al proponente tutti i flussi informativi provenienti dal produttore e la definizione dei propri *target market* effettivi e comunica al produttore i mercati di riferimento effettivi individuati dall'proponente, nonché i casi in cui quest'ultimo collochi i prodotti a clienti non rientranti nel *target market*.

I canali informativi utilizzati a tal proposito sono

Una pec dedicata di agenzia, con mail di agenzia (con ricevute per presa visione} o con riunioni formative/ con incontri individuali con apposita sottoscrizione di presenza.

5. Strategie distributive e presidi per il corretto collocamento dei prodotti assicurativi

5.1 Strategie distributive

Le strategie distributive eventualmente adottate dal Distributore sono coerenti con quelle definite dal produttore, nonché col mercato di riferimento individuato in relazione a ciascun prodotto assicurativo, e non si pongono in contrasto con essi in alcuna circostanza.

Il distributore segnala tempestivamente al produttore eventuali circostanze inerenti alle strategie distributive da questo suggerite, da cui traspaia un rischio di disallineamento rispetto al mercato di riferimento individuato per il prodotto, nonché qualsiasi altra circostanza che possa arrecare danno al cliente.

5.2 Acquisizione delle informazioni dal cliente e verifica della coerenza con le relative richieste ed esigenze ("*demands and needs test*"). Protezione dei dati.

Allo scopo di assicurare che la proposta del prodotto assicurativo sia allineata con il mercato di riferimento individuato, nonché risponda alle richieste ed esigenze del cliente, il distributore acquisisce da questo ogni informazione utile a identificare e valutare tali richieste ed esigenze.

Il distributore si conforma alle istruzioni e linee guida ricevute dal produttore per lo svolgimento della fase di acquisizione delle predette informazioni.

Al fine di assicurare che sia proposto il prodotto maggiormente rispondente alle caratteristiche, richieste ed esigenze del contraente, i Destinatari sono tenuti ad utilizzare esclusivamente gli strumenti (es. questionari e linee-guida per l'acquisizione delle informazioni dal contraente) predisposti dal produttore, nonché quelli predisposti, in allineamento con questi, dal Distributore.

Le informazioni acquisite dal contraente includono, ove pertinenti, specifici riferimenti all'età, allo stato di salute, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione finanziaria ed assicurativa e alle aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto, nonché qualsiasi altra informazione che si ritenga necessaria nel caso specifico.

Qualora il prodotto sia reputato coerente con le richieste e le esigenze del cliente, questo è informato attraverso apposita attestazione, rilasciata prima della sottoscrizione del contratto.

Ferme le regole di collocamento in relazione ai mercati di riferimento individuati per ciascun prodotto, il Distributore si astiene dal collocare il prodotto in qualsiasi caso in cui non sia accertata la coerenza dell'offerta con le richieste e le esigenze del cliente.

Il trattamento dei dati personali relativi al cliente è sempre effettuato previa messa a disposizione dell'interessato della relativa informativa e acquisizione del relativo consenso, nonché a fronte dell'adozione di tutte le misure di sicurezza prescritte a tutela del dato personale.

5.3 Informazioni da rendere al cliente

Al fine di adempiere all'obbligo di agire nel miglior interesse del cliente e di fornire ad esso tutte le informazioni idonee a consentirgli di assumere una decisione informata, il soggetto appartenente alla rete distributiva che entra in contatto con il cliente, a seconda delle modalità di comunicazione da questo prescelte, gli consegna, trasmette o mette a disposizione le informazioni previste da leggi e regolamenti concernenti:

- i dati identificativi del distributore;
- lo status di distributore, il tipo di attività distributiva posta in essere e i rapporti distributivi in cui prende parte;
- le norme di comportamento cui il distributore è soggetto nell'esercizio dell'attività distributiva;
- le situazioni di conflitto d'interessi;
- la trasparenza sulle remunerazioni ricevute in virtù dell'attività di distribuzione;
- l'attività consulenziale del distributore;
- gli strumenti di tutela del contraente.

Tali informazioni sono fornite attraverso la consegna, la trasmissione o la messa a disposizione di documenti conformi agli allegati del regolamento IVASS 40/2018 contenenti i modelli di informativa del distributore.

La messa a disposizione al cliente delle informazioni di cui al presente paragrafo è effettuata con le modalità scelte dal cliente stesso. Il Distributore conserva traccia di tale scelta, dell'eventuale recapito elettronico fornito dal cliente al fine della ricezione delle informazioni, nonché delle successive variazioni di tali dati.

Il soggetto che entra in contatto con il cliente fornisce inoltre ad esso informazioni oggettive sul prodotto assicurativo in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile, con particolare riguardo al set informativo predisposto dal produttore per ciascun prodotto.

5.4 Attività consulenziale

Fermi restando gli obblighi posti in capo al Distributore in materia di acquisizione delle opportune informazioni dal contraente, ai fini della valutazione delle relative richieste ed esigenze, il Distributore stesso può offrire al cliente servizi consulenziali in materia assicurativa.

5.5 Prodotti d'investimento assicurativi (IBIPs)

Fermi gli obblighi di cui ai precedenti paragrafi, nell'offerta di prodotti d'investimento assicurativi il Distributore, prima della sottoscrizione del contratto o della proposta, fornisce le ulteriori informazioni previste dall'art. 121-sexies Cap e 68-ter, reg. IVASS 40/2018, utilizzando, ove esaustivo, il set informativo predisposto dal produttore (in particolare, KID/DIP aggiuntivo IBIP).

Quando fornisce consulenza il Distributore raccomanda prodotti di investimento assicurativi coerenti con le richieste e le esigenze del cliente e adeguati allo stesso.

A tal fine, acquisisce dal potenziale contraente anche le informazioni necessarie in merito alle conoscenze ed esperienze del medesimo in relazione al tipo di investimento, alla sua situazione finanziaria, tra cui la sua capacità di sostenere perdite, e ai suoi obiettivi di investimento, inclusa la sua tolleranza al rischio, al fine di raccomandare al cliente un prodotto che siano a lui adeguato, con particolare riferimento alla sua tolleranza, al rischio e alla sua capacità di sostenere perdite.

Tali informazioni includono, ove pertinenti, specifici riferimenti in relazione:

- a) all'età, allo stato di salute, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione assicurativa e alle sue aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto;
- b) alle conoscenze ed esperienze necessarie nell'ambito di investimento rilevante per il tipo specifico di prodotto raccomandato;
- c) alla sua situazione finanziaria, inclusa la capacità di sostenere perdite;
- d) agli obiettivi di investimento del contraente o potenziale contraente, inclusa la tolleranza di rischio.

Qualora il Distributore ritenga che il prodotto di investimento assicurativo sia coerente con le richieste ed esigenze del cliente, lo informa attraverso un'apposita dichiarazione di cui tiene evidenza.

Ove il Distributore presti una consulenza al cliente, fornisce a questo, prima che l'operazione sia effettuata, una dichiarazione di adeguatezza che specifichi la consulenza prestata e indichi perché il prodotto corrisponda alle preferenze, agli obiettivi e alle altre caratteristiche del contraente.

La consulenza obbligatoria (secondo le indicazioni del produttore ai sensi dell'art. 68-duodecies, comma 3, reg. IVASS 40/2018) o svolta su iniziativa del distributore non grava economicamente sul cliente, salvo sia prevista una valutazione periodica dell'adeguatezza.

Nel caso in cui sia prestata una valutazione periodica di adeguatezza, il Distributore utilizza i sistemi informativi predisposti dal produttore al fine di mantenere informazioni adeguate e aggiornate sui contraenti.

In relazione al collocamento di prodotti di investimento assicurativi senza consulenza, il Distributore accerta in ogni caso la rispondenza del contratto alle richieste ed esigenze del cliente, ottenendo dal cliente, ove pertinenti, informazioni inerenti all'età, allo stato di salute, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione assicurativa e alle sue aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto, alla sua conoscenza ed esperienza riguardo al tipo specifico di prodotto proposto o chiesto, al fine di determinare se il prodotto in questione è appropriato per il contraente o potenziale contraente.

Se il Distributore ritiene che il prodotto non sia appropriato per il contraente, lo avverte di tale situazione, dandone evidenza in un'apposita dichiarazione.

Se il contraente sceglie di non fornire le predette informazioni o se tali informazioni non sono sufficienti, il Distributore lo avverte che tali circostanze potrebbero impedirgli di determinare se il prodotto è per lui appropriato, dandone evidenza in un'apposita dichiarazione.

5.6 Distribuzione a distanza

L'Agenzia Generale non prevede tecniche di collocamento a distanza dei prodotti distributivi

Revisioni, modifiche e documentazione

6.1 Revisione del Documento e dei Meccanismi di distribuzione

Con cadenza almeno annuale dal momento in cui sono predisposti, il Responsabile sottopone il Documento e i Meccanismi di distribuzione a revisione, verificandone la validità-e' l'aggiornamento.

Tale revisione coinvolge anche le eventuali strategie distributive di cui si sia dotato il distributore ed è effettuata tenendo conto dei dati raccolti nell'ambito delle attività di monitoraggio, delle segnalazioni pervenute dalla rete distributiva, di quelle effettuate al produttore, nonché dei mutamenti normativi e delle informazioni ricevute dal produttore.

Nel caso in cui il Documento o i Meccanismi di distribuzione non risultino più validi o aggiornati, con particolare riferimento all'allineamento al *target market* individuato, il Responsabile procede alle opportune modifiche correttive, in

coerenza e nel rispetto delle istruzioni e indicazioni eventualmente pervenute dal produttore interessato.

Nel caso di modifiche del quadro normativo o delle informazioni ricevute dal produttore tali da creare il rischio di disallineamento rispetto al mercato di riferimento del prodotto o da arrecare pregiudizio al cliente (o negli altri casi in cui gli obiettivi del Documento lo suggeriscano), il Responsabile apporta tempestivamente le modifiche correttive, a prescindere dalla scadenza del termine fissato per la revisione dei documenti.

I risultati della revisione, il Documento e i Meccanismi di distribuzione eventualmente modificati all'esito della revisione sono comunicati a tutti i Destinatari.

6.2 Conservazione della documentazione

Tutta la documentazione comunque relativa a flussi informativi POG previsti dal presente documento, è conservata per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto con il soggetto di volta in volta interessato.

Sono fatte salve eventuali regole sulla conservazione dei documenti inerenti ai flussi informativi previste dall'accordo stipulato ai sensi dell'art. 10, reg. IVASS 45/2020.

6 Principio di proporzionalità

Le disposizioni del Documento sono osservate in conformità al principio di proporzionalità: l'idoneità dei processi e delle misure adottate per conformarsi ad esse è valutata tenendo conto del livello di complessità e dei rischi legati ai prodotti distribuiti, nonché della natura, della dimensione, della portata e della complessità dell'attività del Distributore.

Luogo e data BARI, 31 / 03 / 2021

I Responsabili dell'intermediazione

TIMBRO e FIRMA AGENZIA

Ciardi Nicola
Via Vittorio Veneto, 69 70010 Andria - BA
P.Iva 08253570728 Pec. ciardinicola@pec.it
Ivass RUI A000584162

Sottoscrizioni soggetti abilitati alla distribuzione per ricevuta del Documento

Tutor Point Srls
