



PRODUCT OVERSIGHT & GOVERNANCE (POG)

Politica del Distributore STANDARD n. 1 – Small Entities

Ed. marzo 2024

INDICE

1	PREMESSA.....	3
2	AMBITO DI APPLICAZIONE	3
3	NORMATIVA DI RIFERIMENTO	3
4	IL PROCESSO POG	4
4.1	Definizione degli accordi di distribuzione	4
4.2	Acquisizione delle informazioni dal Produttore.....	4
4.3	Analisi del prodotto e definizione del Mercato di riferimento Effettivo	5
4.4	Predisposizione del File POG.....	6
4.5	Alimentazione del Registro Prodotti	Errore. Il segnalibro non è definito.
4.6	Attività di distribuzione.....	6
4.7	Monitoraggio del prodotto	8
4.8	Registrazione e Archiviazione delle Informazioni	9
4.9	Controlli sull'applicazione della presente Politica	9

ALLEGATI:

Allegato 1 – “Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento”

Allegato 2 – “Modulo POG delle vendite di periodo”

Allegato 3 – “Report complessivo sulla distribuzione”

Allegato ESG – “Preferenze di sostenibilità”

1 PREMESSA

La Direttiva (UE) 2016/97 sulla distribuzione assicurativa (c.d. **Direttiva IDD**) ed i relativi provvedimenti di attuazione (cfr. paragrafo 3 "Normativa di riferimento") hanno introdotto nell'ordinamento italiano obblighi specifici in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (c.d. POG – *Product Oversight & Governance*), sia con riferimento alle imprese di assicurazione (in qualità di "Produttori") che in capo agli intermediari (in qualità di "Distributori").

Nel presente documento sono descritti in sintesi i meccanismi di distribuzione ed i presidi adottati da... **L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S.**, sulla base delle proprie caratteristiche, dimensioni e operatività (c.d. principio di proporzionalità), per adempiere agli obblighi in materia di POG.

Il presente documento è soggetto a revisione periodica al fine di garantire il costante allineamento con l'operatività e l'evoluzione normativa.

Una copia del presente documento è messa a disposizione di tutti i dipendenti e i collaboratori coinvolti nell'attività di distribuzione ed archiviata sul server generale nella cartella P.O.G. sotto cartella Dipendenti, o consultabile sul sito nella sezione PRODUCT OVERSIGHT AND GOVERNANCE.

2 AMBITO DI APPLICAZIONE

I principi contenuti nel presente documento si applicano a tutti i prodotti assicurativi, ivi inclusi quelli di investimento, con esclusione:

- dei prodotti "su misura": le attività di mera personalizzazione e adeguamento di prodotti assicurativi esistenti condotte nell'ambito delle attività di distribuzione assicurativa per i clienti individuali, nonché la progettazione di contratti su misura sulla base delle richieste di un singolo cliente;
- dei grandi rischi: cioè i prodotti inerenti ai rischi definiti dall'Art. 1, lett. r) del Codice delle Assicurazioni Private D. Lgs. 7 settembre 2005, n. 209.

Come meglio precisato nel seguito, le disposizioni contenute nel presente documento si applicano a tutti gli addetti all'attività di distribuzione come definiti all'art. 2 del Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018, ivi inclusi, i dipendenti e i collaboratori di **L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S.**.

Rientrano nel perimetro della normativa anche i prodotti commercializzati da imprese di assicurazione con sede legale in uno Stato membro operanti in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi nel territorio della Repubblica italiana. Pertanto, i presidi indicati nella presente politica si applicano anche a tali prodotti, al fine di garantire la conformità dei processi distributivi alla normativa di riferimento.

3 NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- **Direttiva IDD**, come modificata dalla Direttiva (UE) n. 2018/411 del 14 marzo 2018, e come recepita nel nostro ordinamento dal **D. Lgs. n° 68 del 21 maggio 2018** che ha aggiornato il **Codice delle Assicurazioni Private (CAP)**;
- **Regolamento (UE) n. 2017/2358**, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale U.E. del 20 dicembre 2017, che integra i contenuti della Direttiva con riferimento agli obblighi a carico dei Produttori e dei

Distributori in materia di **Product Oversight and Governance** ed è direttamente applicabili negli Stati membri¹;

- **Regolamento IVASS n. 45 del 4 agosto 2020**, recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi;
- **Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018**, recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa e riassicurativa;
- **Approccio EIOPA** sulla *Product Oversight and Governance* dell'8 ottobre 2020.

4 IL PROCESSO POG

Nei successivi paragrafi sono descritti gli elementi principali del processo POG definito **L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S.**

L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S. ha individuato come Responsabile POG la sig.ra Quarello Biancarosa Responsabile Amministrativo della Società.

4.1 Definizione degli accordi di distribuzione

L'attività di distribuzione avviene sulla base degli accordi sottoscritti con i Produttori e, in caso di collaborazione orizzontale, degli accordi sottoscritti con altri intermediari, anche a titolo accessorio.

Tali accordi, che possono essere redatti sulla base di standard contrattuali della Società o delle imprese di assicurazione, devono includere espresso riferimento agli obblighi in materia di POG e disciplinare, in particolare, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni tra le parti.

4.2 Acquisizione delle informazioni dal Produttore

La normativa in materia POG richiede ai Distributori di conoscere i prodotti distribuiti e di valutarne la compatibilità con le esigenze e le richieste del cliente.

A tal fine, per tutti i prodotti soggetti ad obblighi POG, il Responsabile POG, acquisisce dal Produttore, anche per il tramite di altri Distributori (es. Agenzie, Broker collocatore), tutte le informazioni necessarie per comprendere pienamente il Mercato di riferimento per cui il prodotto è stato realizzato, le caratteristiche tecniche / commerciali dello stesso e le categorie di clienti a cui non può essere distribuito.

In particolare, devono essere acquisite in via propedeutica all'avvio della distribuzione del prodotto, le seguenti classi di informazioni:

- **Descrizione del Prodotto:** Il Produttore deve fornire una descrizione esaustiva degli elementi essenziali del prodotto che consentano di comprenderne le caratteristiche, ivi compresi eventuali fattori di sostenibilità² cui il prodotto è collegato, e i rischi dello stesso, e di valutarne la compatibilità con le esigenze e le richieste del cliente;
- **Struttura dei Costi:** Il Produttore deve descrivere chiaramente tutti gli elementi di costo a carico del cliente inclusi eventuali costi impliciti;

¹ Gli artt. 30 *decies* e 121 *bis*, ter e quater del CAP riprendono in maniera pressoché integrale il contenuto di tale Regolamento.

² Per fattori di sostenibilità si intendono "le problematiche ambientali, sociali e concernenti il personale, il rispetto dei diritti umani e le questioni relative alla lotta alla corruzione attiva e passiva." cui il prodotto assicurativo ed i relativi rischi, possono essere collegati nel rispetto della normativa Europea sulla finanza sostenibile.

- **Cause di possibili conflitti di interesse:** Il Produttore deve descrivere tutte le situazioni, dallo stesso individuate, che possano causare conflitti d'interesse a discapito del cliente;
- **Strategia di distribuzione suggerita:** Il Produttore deve fornire informazioni in merito alla/e strategia/e di distribuzione suggerita/e per il prodotto;
- **Mercato di riferimento (o Target Market):** Il Produttore deve fornire informazioni in merito alle categorie di cliente ai quali il prodotto può essere distribuito (Mercato di riferimento Positivo)³ e non può essere distribuito (Mercato di riferimento Negativo). Le informazioni necessarie a delineare il Mercato di riferimento si differenziano in base alla tipologia di prodotto.

Qualora le informazioni fornite non risultino sufficienti a comprendere le caratteristiche del prodotto o del Mercato di riferimento (Positivo e Negativo), è necessario richiedere ulteriori informazioni al Produttore.

Qualora non sia possibile acquisire informazioni su un prodotto sufficienti ad adempiere correttamente agli obblighi di legge in materia di POG, il prodotto non può essere distribuito.

4.3 Analisi del prodotto e definizione del Mercato di riferimento Effettivo

Le attività di distribuzione devono essere coerenti con le caratteristiche del prodotto e orientate al Mercato di riferimento per cui è stato disegnato, anche nell'ottica di evitare o attenuare ogni pregiudizio per il cliente e di gestire adeguatamente i conflitti di interesse.

A tal fine, il Distributore deve analizzare le informazioni sul prodotto e sul mercato fornite dal Produttore e definire un Mercato di riferimento Effettivo a cui distribuire o non distribuire il prodotto. Resta inteso che il Mercato di riferimento Effettivo può coincidere con il Mercato di riferimento individuato dal Produttore ovvero può rappresentare una sua specificazione e una sua estensione nel caso del Mercato di riferimento Negativo.

In tale ottica, in via propedeutica all'avvio della distribuzione, l'addetto all'attività di distribuzione:

- esamina le informazioni acquisite;
- analizza, nel dettaglio, le eventuali cause di conflitto di interesse individuate e segnalate dal Produttore, verificando l'esistenza di ulteriori cause riconducibili a **L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S.**;
- valuta, sulla base della propria esperienza e della conoscenza maturata attraverso il contatto diretto con la clientela, se il Mercato di riferimento indicato dal Produttore è coerente con le esigenze e le richieste della stessa (Mercato di riferimento Positivo Effettivo);
- valuta se esistano eventuali ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito in aggiunta a quelle indicate dal Produttore (Mercato di riferimento Negativo Effettivo⁴);
- definisce la strategia distributiva del prodotto in coerenza con il Mercato di riferimento Effettivo con la strategia individuata dal Produttore.

³ Le informazioni in merito al Mercato di riferimento si riferiscono a Tipologia di cliente, Aspettative della clientela tipo rispetto al prodotto (esigenze e obiettivi, conoscenza e esperienza, propensione e tolleranza al rischio).

⁴ Art. 12, co. 3 del Regolamento n. 45/2020, come modificato dal Provvedimento n. 131/2023 "[...] Con riferimento ai soli fattori di sostenibilità, gli intermediari non sono tenuti ad effettuare l'individuazione di cui al presente comma per i prodotti che considerano i fattori di sostenibilità. Con riferimento ai fattori di sostenibilità gli intermediari Distributori non sono tenuti ad individuare eventuali ampliamenti del mercato target negativo.

Nel caso il Target Market Effettivo non coincida con quello Teorico⁵ il Responsabile POG provvede a comunicare al Produttore, prima dell'avvio dell'attività distributiva, il Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo) risultante dall'analisi svolta.

Nel caso in cui, con riferimento al prodotto, siano in essere rapporti di collaborazione orizzontale, l'eventuale comunicazione al Produttore include le indicazioni sul Mercato di riferimento Effettivo ricevute dagli intermediari proponenti (cfr. paragrafo 4.6).

Le analisi svolte in relazione al prodotto, al Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo) e alla strategia distributiva adottata possono essere documentate con le modalità indicate nel paragrafo successivo.

4.4 Predisposizione del File POG

Le informazioni da parte del Produttore possono essere acquisite tramite la compilazione del *form* standard per la raccolta delle “**Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento**” allegato al presente documento (Allegato 1) e/o tramite altre modalità definite dal Produttore.

Tutte le informazioni e la documentazione acquisita dal Produttore e le decisioni assunte in merito alla strategia distributiva e ai conflitti di interessi sono raccolte dal Responsabile POG e archiviate in un unico fascicolo e/o repository logico (c.d. **File POG del Prodotto**) accessibile a tutti gli addetti alla attività di distribuzione come specificato nel seguito.

4.5 Attività di distribuzione

Le informazioni contenute nel File POG sono tenute in debita considerazione durante le attività di distribuzione e a tal fine rese disponibili e, ove opportuno, inviate ad eventuali dipendenti e collaboratori.

Gli addetti alla distribuzione devono essere adeguatamente informati sulle caratteristiche del prodotto, ivi compresi gli eventuali fattori di sostenibilità, sui rischi, sulla struttura dei costi che grava sul cliente, sui possibili conflitti di interesse, sul Mercato di riferimento Effettivo, Positivo e Negativo, (esigenze, caratteristiche, obiettivi, comprese eventuali preferenze di sostenibilità⁶), nonché sulla strategia distributiva definita.

Gli addetti alla distribuzione di prodotti IBIPs, in particolare, devono essere adeguatamente formati sulle tematiche di sostenibilità, sulle caratteristiche di sostenibilità dei prodotti e sulle modalità di analisi delle preferenze di sostenibilità dei clienti.

Chiunque si appresti a distribuire un prodotto assicurativo si deve accertare che il prodotto sia stato analizzato ai fini POG.

⁵ IVASS - CHIARIMENTI APPLICATIVI CONCERNENTI LA DISCIPLINA SULLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA - Faq n. 8) Nell'ipotesi in cui il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo di cui, rispettivamente, ai commi 1 e 3 dell'articolo 12, del Regolamento n. 45/2020 coincidano con quelli identificati dal produttore, gli intermediari possono astenersi dall'effettuare la comunicazione di cui al comma 5 del medesimo articolo. In ogni caso, l'intermediario dovrà prontamente informare l'impresa nel caso in cui, ad esito delle valutazioni di cui all'articolo 12, il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento effettivo negativo non dovessero più coincidere con quelli identificati dall'impresa stessa.

⁶ Le preferenze di sostenibilità fanno riferimento al caso che un cliente desideri sottoscrivere:

- (a) un prodotto IBIP in cui una quota minima deve essere investita in investimenti sostenibili dal punto di vista ambientale (come definiti nel Regolamento 2020/852 Tassonomia)
- (b) un prodotto IBIP in cui una quota minima deve essere investita in investimenti sostenibili (come definiti nel Regolamento 2019/2088 SFDR)
- (c) un prodotto IBIP che considera i “principali impatti avversi” sui fattori di sostenibilità laddove gli indicatori qualitativi o quantitativi che dimostrano tale considerazione sono determinati dal cliente.

In sede di distribuzione, l'addetto all'attività di distribuzione provvede a:

- acquisire dal cliente le informazioni utili a valutare le richieste ed esigenze, comprese eventuali preferenze di sostenibilità, del contraente e/o dell'assicurato in conformità alle disposizioni del Codice delle Assicurazioni Private e dei Regolamenti IVASS sulla distribuzione assicurativa sia in riferimento alla POG che agli altri obblighi di trasparenza;
- fornire al cliente, in forma chiara e comprensibile, informazioni oggettive sul prodotto illustrandone le caratteristiche, eventuali fattori di sostenibilità, la durata, i costi, i limiti della copertura ed ogni altro elemento utile a consentire di prendere una decisione informata;
- gestire eventuali conflitti di interesse che possano causare pregiudizio al cliente;
- rispettare la strategia di distribuzione definita.

Gli addetti alla distribuzione, in ogni caso:

- non distribuiscono prodotti assicurativi ai clienti che appartengono al Mercato di riferimento Negativo individuato dal Produttore ovvero, ove più ampio, al Mercato di riferimento Negativo Effettivo individuato dall'intermediario;
- possono distribuire 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 e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, siano adeguati⁷.

Qualora in seguito alle analisi svolte in merito alle richieste ed esigenze del contraente, gli addetti alla distribuzione ritengano di offrire un prodotto assicurativo ad un Cliente che non rientra nel Mercato di riferimento individuato dal Produttore, informano tempestivamente il Responsabile POG tramite e-mail o direttamente.

Il Responsabile POG analizza le informazioni ricevute e valuta la necessità di formulare eventuali segnalazioni al Produttore (cfr. successivo paragrafo 4.6 Monitoraggio del Prodotto).

Distribuzione tramite accordi di collaborazione orizzontale e intermediari accessori

Gli accordi di distribuzione orizzontale devono tener conto di quanto previsto dal Regolamento IVASS n. 45/2020⁷.

[In via facoltativa si possono fornire indicazioni sulle modalità di distribuzione adottate]

La presente Politica aziendale e le informazioni contenute nel File POG del Prodotto sono rese disponibili a tutti gli addetti all'attività di distribuzione con cui **L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S.** ha in essere eventuali accordi di collaborazione e che entrano in contatto con la clientela finale (i.e. intermediari proponenti).

In particolare, le informazioni messe a disposizione degli intermediari proponenti includono espressamente le informazioni ricevute dal Produttore e la definizione del Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo).

⁷ I prodotti d'investimento assicurativi non complessi di cui all'articolo 16 del Regolamento (UE) 2017/2359 possono essere distribuiti 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 siano adeguati o appropriati.

Prima della distribuzione, gli intermediari proponenti sono tenuti ad analizzare le Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento e a fornire eventuali indicazioni circa il Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo).

Nel caso in cui, per la distribuzione di uno o più prodotti assicurativi, ci si avvalga dei c.d. Intermediari a titolo accessorio (di cui all'art. 107, comma 4°, del Codice delle Assicurazioni Private), sono fornite all'intermediario istruzioni operative specifiche:

- per stabilire le modalità di accertamento dell'appartenenza dell'assicurato al mercato di riferimento individuato;
- per garantire flussi informativi strutturati che consentano di monitorare nel tempo che il prodotto risponda agli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del Mercato di riferimento nonché alle altre circostanze che aggravino il rischio di pregiudizio per il cliente.

4.6 Monitoraggio del prodotto

L'ARCA CONSULENZA ASSICURATIVA DI GIANNI CODA & C. S.A.S. collabora attivamente con le imprese di assicurazione per consentire un efficace monitoraggio dei prodotti assicurativi garantendo adeguati flussi informativi in merito ai prodotti assicurativi e alla loro coerenza rispetto alle esigenze, caratteristiche e obiettivi del mercato di riferimento.

A tal fine, periodicamente (ogni anno), ciascun addetto alla distribuzione predispone ed invia al Responsabile POG le informazioni da riportare nel **Modulo POG sulle vendite del periodo** – Allegato 2 al presente documento.

Tale Modulo consente il censimento delle principali informazioni, per ogni prodotto effettivamente distribuito nel periodo:

- Nome/Identificativo del Prodotto;
- Compagnia di riferimento;
- Periodo di riferimento;
- Produzione consuntiva del periodo fuori Mercato di riferimento (premi lordi, n. contratti);
- Risultanze dell'attività distributiva (percentuale di offerte concluse positivamente);
- Altre informazioni di carattere qualitativo in merito al Prodotto (reclami ricevuti, eventuali feedback dai clienti o criticità rilevate in fase di distribuzione).

Il Responsabile POG archivia tutti i flussi informativi ricevuti dagli addetti alla distribuzione e periodicamente elabora, sulla base delle informazioni e dati ricevuti, un riepilogo sulla distribuzione per ogni Produttore.

Il report è inoltrato dall'addetto alla distribuzione, al Produttore di riferimento, anche per il tramite dei Distributori (es. Agenzie, Broker collocatore) secondo le modalità e la periodicità concordate con gli stessi.

Tale riepilogo può essere fornito compilando il format eventualmente fornito dal Produttore o, in assenza di questo, tramite l'utilizzo del "**Report complessivo sulla distribuzione**" (Allegato 3), che contiene le informazioni da trasmettere allo stesso Produttore riferibili al periodo di osservazione richiesto.

Nel caso dalle attività di distribuzione emerga che un prodotto non risponda più agli interessi, agli obiettivi, comprese eventuali preferenze di sostenibilità, e alle caratteristiche del Mercato di

riferimento, oppure emergano circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio ai danni del cliente, il Responsabile della Distribuzione Assicurativa ovvero soggetto da lui delegato informa il Produttore.

4.7 Registrazione e Archiviazione delle Informazioni

Tutte le informazioni e la documentazione acquisiti e prodotti nell'ambito del processo POG descritto nella presente Politica, devono essere accuratamente censiti e documentati negli appositi Registri e archiviati nei repository aziendali.

4.8 Controlli sull'applicazione della presente Politica

Il Responsabile POG verifica l'espletamento delle attività di distribuzione sulla base del presente documento e può darne evidenza nel "**Report sulla distribuzione**" (Allegato 3) ove adottato.

RAGIONE SOCIALE

COMPAGNIA

NOME PRODOTTO

DATA DI ELABORAZIONE

SEZIONE 1 - PRODOTTO

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

Sono state fornite informazioni adeguate ?

Si

No

Il produttore deve fornire una descrizione esaustiva degli elementi essenziali del prodotto assicurativo che consentano al broker di comprendere tutte le caratteristiche del prodotto, ivi compresi eventuali fattori di sostenibilità ed i rischi dello stesso.

PRODOTTO IBIP

È stata fornita la scheda illustrativa delle caratteristiche ESG prevista dalla normativa SFDR?

Si

No

STRUTTURA DEI COSTI DEL PRODOTTO

Sono state fornite informazioni adeguate ?

Si

No

Il produttore deve descrivere chiaramente tutti gli elementi di costo a carico del cliente finale inclusi eventuali costi impliciti.

CAUSE DI POSSIBILI CONFLITTI DI INTERESSE

Sono state fornite informazioni adeguate ?

Si

No

Il produttore deve descrivere tutte le situazioni, dallo stesso individuate, che possano causare conflitti d'interesse a discapito del cliente.

EVENTUALI STRATEGIE DI DISTRIBUZIONE SUGGERITE

Sono state fornite informazioni adeguate ?

Si

No

Il produttore deve fornire informazioni in merito alla/e strategia/e di distribuzione suggerita/e per il prodotto.

SEZIONE 2 - MERCATO DI RIFERIMENTO INDICATO DAL PRODUTTORE

Il produttore deve fornire informazioni in merito alle categorie di cliente ai quali il prodotto può essere venduto (Mercato di riferimento Positivo) e alle tipologie di clienti ai quali il prodotto non può essere venduto (Mercato di riferimento Negativo).

Le informazioni necessarie a delineare il Mercato di riferimento si differenziano in base alla tipologia di prodotto in oggetto (confronta Sezione 4).

SEZIONE 2.1 - CARATTERISTICHE DEL CLIENTE (MERCATO DI RIFERIMENTO POSITIVO)

TIPOLOGIA DI CLIENTE E CONDIZIONE /ATTIVITÀ Sono state fornite informazioni adeguate? Si No

Tipologia di cliente	Condizione occupazionale /Attività	Si
Retail	Operaio	<input type="checkbox"/>
	Impiegato/Quadro/Funzionario	<input type="checkbox"/>
	Non occupato	<input type="checkbox"/>
	Pensionato	<input type="checkbox"/>
Professionista / Artigiano / Ditta individuale	Libero professionista	<input type="checkbox"/>
	Imprenditore	<input type="checkbox"/>
	Altre professioni	<input type="checkbox"/>
Micro imprese	Codice Ateco o altre informazioni	<input type="checkbox"/>
Piccole e medie imprese		<input type="checkbox"/>
Grandi imprese		<input type="checkbox"/>
Enti, Associazioni e Pubblica Amministrazione		<input type="checkbox"/>
Altra tipologia		<input type="checkbox"/>

Indicare elementi specifici (CODICE ATECO o altro)

ETÀ, STATO DI SALUTE E CONDIZIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE (*) Sono state fornite informazioni adeguate? Si No

(*) Informazioni necessarie solo per alcuni tipologie di prodotto (confronta Sezione 3).

ETÀ o FASCIA DI ETÀ ANAGRAFICA

Indicare l'eventuale fascia di età della clientela a cui il prodotto può essere venduto.

--

SITUAZIONE SANITARIA

Indicare le eventuali condizioni di salute della clientela a cui il prodotto può essere venduto.

--

CONDIZIONE FINANZIARIA E PATRIMONIALE

Indicare l'eventuale fascia reddituale e/o patrimoniale della clientela a cui il prodotto può essere venduto.

--

SEZIONE 2.2 - ASPETTATIVE DELLA CLIENTELA TIPO RISPETTO AL PRODOTTO

ESIGENZE E OBIETTIVI Sono state fornite informazioni adeguate? Si No

Il produttore deve fornire informazioni in merito alle esigenze e obiettivi della clientela tipo rispetto al prodotto

Prodotti Danni

Prodotti danni: indicare gli obiettivi di copertura per cui il prodotto è disegnato (protezione del patrimonio, famiglia e abitazione, capacità professionali, ecc)

--

Prodotti Vita

Prodotti vita: indicare gli obiettivi per cui il prodotto è disegnato (crescita del capitale, risparmio, benefici fiscali, orizzonte temporale, ecc)

--

CONOSCENZA ED ESPERIENZA

Sono state fornite informazioni adeguate?

Si No

Il produttore deve fornire informazioni in merito al livello di conoscenza ed esperienza della clientela tipo

A) Cliente di base:

Si

Cliente che non possiede esperienza o ha conoscenza di base dei prodotti assicurativi in oggetto, acquista tramite la documentazione di offerta e tramite informazioni basilari fornite in fase di vendita.

B) Cliente informato:

Si

Cliente che ha conoscenza media dei prodotti assicurativi in oggetto ed è in grado di prendere decisioni consapevoli sulla base della documentazione di offerta ed ha conoscenza e capacità di comprensione delle caratteristiche del prodotto

C) Cliente esperto:

Si

Cliente che ha buona conoscenza dei prodotti assicurativi in oggetto o esperienza del settore assicurativo

PROPENSIONE/TOLLERANZA AL RISCHIO E CAPACITA' DI SOPPORTARE PERDITE (*)

Sono state fornite informazioni adeguate?

Si No

(*) Informazioni necessarie solo per alcuni tipologie di prodotto (confronta Sezione 3)

A) Nessuna perdita di capitale:

Si

il sottoscrittore non può sopportare perdite di capitale esclusi i costi

B) Limitata perdita del capitale:

Si

il sottoscrittore mira a preservare il capitale investito e può sopportare perdite limitate; per questa categoria specificare la percentuale di perdita potenziale

C) Nessuna garanzia del capitale:

Si

Il sottoscrittore è disposto a mettere a rischio di perdita il 100% del capitale investito

C) Perdite superiori al capitale:

Si

Il sottoscrittore è disposto a sopportare perdite superiori al capitale investito

SEZIONE 3 - MERCATO DI RIFERIMENTO NEGATIVO

Il produttore deve fornire informazioni in merito alle categorie di cliente ai quali il prodotto non può essere venduto (Mercato di riferimento Negativo).

Inserire descrizione del Mercato di riferimento Negativo individuato per il prodotto

SEZIONE 4.1 - MERCATO DI RIFERIMENTO EFFETTIVO

Il distributore deve verificare se il Mercato di riferimento Effettivo coincida con il Mercato di riferimento proposto dal produttore.

CARATTERISTICHE DEL CLIENTE *Coincidono con quelle del produttore ?* Si No

Il distributore deve indicare se le caratteristiche del cliente sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez. 2.1

ASPETTATIVE DELLA CLIENTELA TIPO RISPETTO AL PRODOTTO *Coincidono con quelle del produttore ?* Si No

Il distributore deve indicare se le aspettative rispetto al prodotto sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez. 2.2

Nel caso in cui le caratteristiche del cliente e/o le aspettative rispetto al prodotto non coincidano con quelle indicate dal Produttore, fornire indicazioni in merito al Mercato di riferimento Effettivo.

CLIENTELA RELATIVA AL MERCATO DI RIFERIMENTO EFFETTIVO NEGATIVO *Coincide con quella del produttore ?* Si No

Il distributore deve indicare se le categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez.3

Ove presenti, inserire una descrizione delle ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito.

SEZIONE 4.2 - MERCATO DI RIFERIMENTO EFFETTIVO DELL'INTERMEDIARIO PROPONENTE (IN CASO DI COLLABORAZIONE ORIZZONTALE)

Il distributore deve verificare se il Mercato di riferimento Effettivo coincida con il Mercato di riferimento proposto dal produttore e dall'intermediario emittente.

NOME E COGNOME O RAGIONE SOCIALE DEL COLLABORATORE

CARATTERISTICHE DEL CLIENTE *Coincidono con quelle del produttore ?* Si No

Il distributore deve indicare se le caratteristiche del cliente sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez. 2.1 e dall'intermediario emittente nella Sez. 4.1

ASPETTATIVE DELLA CLIENTELA TIPO RISPETTO AL PRODOTTO *Coincidono con quelle del produttore ?* Si No

Il distributore deve indicare se le aspettative rispetto al prodotto sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez. 2.2 e dall'intermediario emittente nella Sez. 4.1

Nel caso in cui le caratteristiche del cliente e/o le aspettative rispetto al prodotto non coincidano con quelle indicate dal produttore/intermediario emittente, fornire indicazioni in merito al Mercato di riferimento Effettivo.

CLIENTELA RELATIVA AL MERCATO DI RIFERIMENTO EFFETTIVO NEGATIVO

Coincide con quella del produttore? Si No

Il distributore deve indicare se le categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito sono coincidenti con quelle indicate dal produttore nella Sez.3 e dall'intermediario emittente nella Sez. 4.1

Ove presenti, inserire una descrizione delle ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito.

Allegato 3 – Fax simile

COMPAGNIA

PRODOTTO

PERIODO DI RIFERIMENTO DA A

VENDITE FUORI MERCATO DI RIFERIMENTO PREMI LORDI (€) N. CONTRATTI

Dato percentuale da compilare su richiesta del Produttore

RISULTANZE DELL'ATTIVITÀ DISTRIBUTIVA	<input type="checkbox"/> 0% - 30%	<input type="checkbox"/> 30% - 60%	<input type="checkbox"/> 60% - 100%
---------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

Barrare la cella corrispondente al Range di offerte concluse positivamente

NOTE

Indicazione alla compagnia di eventuali elementi rilevanti in merito a:

- Motivazioni circa la vendita fuori Mercato di riferimento a seguito di attività di consulenza e verifiche di adeguatezza.
- Incoerenza, anche sopraggiunte del prodotto rispetto agli interessi, obiettivi, ivi inclusi quelli legati alla sostenibilità, e caratteristiche del mercato di riferimento individuato dalla Compagnia.
- Adeguatezza della strategia distributiva proposta dalla Compagnia (in termini di efficacia e di tutela del cliente finale (indicando ogni elemento che a giudizio del distributore possa aggravare il rischio di pregiudizio per il cliente finale).
- Elementi informativi in merito alle risultanze dell'attività distributiva (es. Reclami ricevuti, eventuali feedback dai clienti o criticità rilevate in fase di distribuzione).

ATTESTAZIONE DEI CONTROLLI PREVISTI DAL DISTRIBUTORE

Il distributore dichiara di essersi dotato di un'apposita Politica di distribuzione dei prodotti assicurativi, ai sensi del Regolamento Delegato (UE) 2017/2358 della Commissione del 21 settembre 2017, che identifica e definisce un adeguato sistema di controllo sui meccanismi e le prassi di distribuzione adottate.	SI	NO
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

no	Positivo (nulla da segnalare)	Negativo
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Da compilare, con testo libero, nel caso in cui i controlli posti in essere dal Distributore sui propri meccanismi di distribuzione abbiano dato esito negativo. Descrivere i rilievi emersi dai controlli, le azioni correttive individuate e le tempistiche di attuazione.

_____ Data

_____ Firma

Allegato ESG – Fax Simile

RAGIONE SOCIALE

COMPAGNIA

NOME PRODOTTO

DATA DI ELABORAZIONE

SEZIONE 1 - PRODOTTO

1. Il prodotto finanziario ha un obiettivo di investimento sostenib Si No

2. Se sì, si tratta di un prodotto che considera i principali impatti negativi (PAI) sui fattori di sostenibilità ? Si No

2.1 Se sì, quali? Ambientali Sociali

3. Se sì, si tratta di un prodotto che effettua investimenti sostenibili? Si No

3.1 Se sì, è un prodotto in cui una % degli investimenti sono volti a rispettare le caratteristiche ambientali o sociali (ex art. 8 SFDR)? Si No

3.1.1. Se sì, qual è la percentuale minima di investimenti sono volti a rispettare le caratteristiche ambientali o sociali?

	%	% allineati alla tassonomia
Investimenti Ambientali	<input type="text" value="50%"/>	<input type="text" value="25%"/>
Investimenti Sociali	<input type="text" value="10%"/>	
Investimenti Ambientali/Sociali	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Altri Investimenti	<input type="text" value="40%"/>	

3.2 Se il prodotto ha investimenti sostenibili con obiettivi ambientali allineati alla Tassonomia UE (ex art. 9 SFDR)? Si No

3.2.1 Se sì, in che misura?