PRODUCT OVERSIGHT & GOVERNANCE

(Regolamento UE 2017/2359)

DEL DISTRIBUTORE ASSICURATIVO

CONFIANCE S.r.l.

Iscritto al R.U.I. al n. A000064574 in data 05/03/2007

INDICE

A. Mappatura della rete distributiva agenziale

B. Collaborazioni orizzontali

C. Imprese per le quali è svolta l'attività assicurativa

1. Premessa e scopo del documento

2. Approvazione del POG del distributore

3. Destinatari del POG del distributore

4. Scopo dei meccanismi di distribuzione e di riesame dei prodotti

5. Acquisizione di informazioni dalla compagnia sui prodotti assicurativi, sul target market e sulla politica di distribuzione

6. Il mercato di riferimento effettivo

7. Definizione della strategia distributiva

8. Raccolta delle informazioni del Cliente

9. Disciplina dei flussi informativi verso la rete distributiva dell'Agente

10. Monitoraggio dell'attività distributiva e dei flussi informativi

11. Rapporti di collaborazione orizzontale

12. Archiviazione della documentazione

13. Revisione del POG del distributore e dei meccanismi di distribuzione

All. 1 – Documento sui Meccanismi di distribuzione

All. 2 – Registro delle comunicazioni verso la Compagnia o il distributore emittente

All. 3 – Registro delle revisioni POG / Documento sui Meccanismi di distribuzione

A. Mappatura della rete distributiva agenziale

Ruolo	Cognome	Nome	Numero Iscrizione RUI
Agente	Casanova	Gabriele	A000061294
Agente	Donati	Andrea	A000061322
Dipendente	Delucca	Debora	
Collaboratore	Aluigi	Michela	E000038787
Collaboratore	Bettini	Valentina	E000061151
Collaboratore	Bezzi	Milena	E000391300
Collaboratore	Biordi	Claudio	E000420856
Collaboratore	Biotti	Monica	E000609281
Collaboratore	Casanova	Leo	E000050364
Collaboratore	Casanova Leo	amm.re Assinova Srl	E000050370
Collaboratore	Cenci	Monica	E000744767
Collaboratore	Ciotti	Daliena	E000764690
Collaboratore	Flamigni	Paolo	E000410109
Collaboratore	Foriani	Sara	E000562325
Collaboratore	Francioni	Francesca	E000693781
Collaboratore	Giorgi	Monica	E000763756
Collaboratore	Niculae	Mihaela	E000687393
Collaboratore	Piccari	Pierluigi	E000161263
Collaboratore	Piccari	Valentina	E000754944
Collaboratore	Reggiani	Renzo	E000391299
Collaboratore	Terenzi	Milena	E000038787
Collaboratore	Tessari	Samanta	E000061154
Collaboratore	Zani	Valentina	E000294259

B. Collaborazioni orizzontali

Ruolo	Cognome	Nome	Numero Iscrizione RUI
Agente	UA Undrwriting	Agency S.r.l.	A000542486
Agente	Colibrì Italia s.r.l.		A000591666
Agente	BSA S.r.l.		A000298444
Broker	Assimedici S.r.l.		B000401406

C. Imprese per le quali è svolta l'attività assicurativa

Compagnia
ALLIANZ NEXT S.P.A. – Ex Allianz Viva S.p.a.
COMPAGNIA ITALIANA DI PREVIDENZA, ASSICURAZIONI E RIASSICURAZIONI S.P.A.
ITAS – ISTITUTO TRENTINO-ALTO ADIGE PER ASSICURAZIONI SOCIETA' MUTUA DI ASSICURAZIONI
ALLIANZ SOCIETA' PER AZIONI
ALLIANZ NEXT S.P.A. – Ex Tua Assicurazioni S.p.a.
NOBIS COMPAGNIA DI ASSICURAZIONI S.P.A.
EUROP ASSISTANCE ITALIA S.P.A.
CNP VITA ASSICURA SPA
AWP P&C S.A.

UNIPOLSAI ASSICURAZIONI S.P.A.

1. Premessa e scopo del documento

La disciplina dei requisiti di governo e controllo del prodotto applicabile alle imprese di assicurazione e agli intermediari assicurativi deriva:

- a livello europeo, dal Regolamento Delegato (UE) 2017/2358 della Commissione del 21 settembre 2017 (di seguito "Regolamento Delegato POG") che integra la direttiva (UE) 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio;
- a livello nazionale, da quanto previsto dall'articolo 30-decies del CAP, introdotto dal decreto legislativo n. 68 del 2018 di recepimento della IDD e nel Regolamento IVASS n. 45 del 4 agosto 2020.

Nello specifico, la normativa europea prevede che i distributori "dispongano di meccanismi di distribuzione del prodotto comprendenti apposite misure e procedure per ottenere dal soggetto che realizza il prodotto assicurativo tutte le informazioni necessarie sui prodotti assicurativi che intendono offrire ai loro clienti e per comprendere pienamente tali prodotti"

L'intermediario iscritto nella sezione A del RUI (di seguito "Agente"),

attraverso l'adozione del presente documento (di seguito "POG del distributore")

- definisce i meccanismi di distribuzione del prodotto che:
  - mirino a evitare ed attenuare il pregiudizio per il Cliente;
  - supportino una gestione corretta dei conflitti di interesse;
  - garantiscano che gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti siano debitamente tenuti in considerazione.

Inoltre, a seconda della complessità del prodotto e del livello di informazioni pubblicamente disponibili che possono essere ottenute, tenendo conto della natura del prodotto assicurativo e del rischio di pregiudizio per il consumatore ad esso connesso, nonché delle caratteristiche del mercato di riferimento e della natura, della portata e della complessità dell'attività che svolge:

- dispone apposite procedure per ottenere, dalla Compagnia, tutte le informazioni necessarie sui prodotti assicurativi che intendono offrire ai loro clienti e per comprendere pienamente tali prodotti;
- adotta strategia di distribuzione conforme alla strategia di distribuzione definita e al mercato di riferimento individuato dalla Compagnia;
- informa regolarmente la Compagnia riguardo alla propria esperienza con il prodotto assicurativo;
- fornisce a detti soggetti i dati necessari alla revisione del prodotto assicurativo e verifica che tali prodotti siano in linea con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato dal soggetto che realizza prodotti assicurativi;
- determina intervalli appropriati per la revisione regolare dei meccanismi di distribuzione del prodotto - tenendo conto della dimensione, della portata e della complessità dei diversi

prodotti assicurativi interessati - per garantire che gli stessi siano ancora validi e aggiornati e modificano, se del caso, tale strategia, in considerazione del risultato della revisione dei meccanismi di distribuzione del prodotto;

- informa la Compagnia e, se del caso, modifica la propria strategia di distribuzione per il prodotto assicurativo considerato non in linea, o eventualmente non più in linea, con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o nel caso in cui altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno al Cliente;
- fornisce alla Compagnia, su richiesta, le informazioni sulle vendite pertinenti, incluse, se del caso, le informazioni sui controlli regolari dei meccanismi di distribuzione del prodotto.

2. Approvazione del POG del distributore

L'Agente è responsabile della definizione, dell'attuazione e della revisione del POG del distributore e dei meccanismi di distribuzione dei prodotti assicurativi e ne verifica regolarmente il rispetto da parte dei destinatari.

3. Destinatari del POG del distributore

Il POG del distributore deve essere conosciuto ed osservato da tutti i soggetti che svolgono attività di distribuzione per conto dell'Agente:

- agenti, così come individuati al sub paragrafo A.;
- dipendenti dell'Agente, addetti all'attività di distribuzione all'interno dei locali dello stesso, così come individuati al sub paragrafo A.;
- collaboratori produttori o altri incaricati dell'Agente, addetti all'attività di distribuzione anche all'esterno dei locali dello stesso, così come individuati al sub paragrafo A.;
- dipendenti o collaboratori di persona fisica iscritta nella sezione E, addetti all'attività di distribuzione all'interno o all'esterno dei locali dell'Agente, così come individuati al sub paragrafo A.;
- addetti all'attività di intermediazione di società iscritta nella sezione E, all'interno o all'esterno dei locali dell'Agente, così come individuati al sub paragrafo A.;
- distributori che entrano in contatto con il contraente agendo in veste di intermediario proponente in rapporto di collaborazione con l'Agente, così come individuati al sub paragrafo B.

4. Scopo dei meccanismi di distribuzione e di riesame dei prodotti

La definizione, attraverso il POG del distributore, dei meccanismi di distribuzione e monitoraggio dei prodotti ha la finalità di:

- ottenere dalla Compagnia tutte le informazioni necessarie per comprendere e conoscere adeguatamente i prodotti da distribuire;
- valutare la compatibilità dei prodotti distribuiti con le esigenze e le richieste del Cliente;
- distribuire i prodotti ai Clienti che rientrano nel mercato di riferimento individuato dalla Compagnia;
- distribuire i prodotti solo quando ciò sia nell'interesse del Cliente;
- acquisire, prima della sottoscrizione del contratto, dal Contraente e, con riferimento alle polizze collettive, dall'Aderente, tutte le informazioni necessarie per valutarne l'appartenenza al mercato di riferimento o al mercato di riferimento negativo individuati dalla Compagnia;

- adottare procedure idonee a individuare il momento in cui il prodotto non risponda più agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato dalla Compagnia;
- individuare circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio per il Cliente;
- effettuare verifiche periodiche dei prodotti distribuiti e della loro modalità distributiva;
- non distribuire prodotti assicurativi che appartengono al mercato di riferimento negativo individuato dalla Compagnia;
- distribuire i prodotti ai Clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato a condizione che questi non appartengano al mercato di riferimento negativo e il prodotto corrisponda alle richieste e alle esigenze assicurative di quei Clienti e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, sia adeguato;
- distribuire prodotti d'investimento assicurativi non complessi a Clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato a condizione che il Cliente non appartenga al mercato di riferimento negativo e il prodotto corrisponda alle richieste e alle esigenze assicurative di quei Clienti e siano adeguati o appropriati;
- comunicare alla Compagnia la distribuzione di un prodotto assicurativo a Clienti che non appartengono al mercato di riferimento;
- assicurare che le informazioni acquisite siano trasmesse ai collaboratori dell'Agente addetti all'attività distributiva, ivi compresi i c.d. collaboratori di tipo orizzontale, al fine di prevenire pregiudizi ai Clienti e garantire che si tenga debitamente conto dei loro interessi, obiettivi e delle loro caratteristiche.

5. Acquisizione di informazioni dalla compagnia sui prodotti assicurativi, sul target market e sulla politica di distribuzione

L'Agente, prima dell'avvio della distribuzione, verifica che per ciascun prodotto assicurativo siano state ottenute dalla Compagnia tutte le informazioni necessarie per la stessa, ed in particolare:

- il processo di approvazione del prodotto;
- il mercato di riferimento o "Target Market Positivo" individuato ovvero la tipologia di clienti a cui è rivolto il prodotto;
- il mercato di riferimento negativo o "Target Market Negativo" individuato ovvero la tipologia di clienti per la quale il prodotto non è concepito e non risulta compatibile;
- la strategia distributiva del prodotto;
- le regole operative per la corretta distribuzione dei prodotti;
- le caratteristiche del prodotto, le informazioni sul profilo di rischio e sui costi del prodotto, l'orizzonte temporale raccomandato.

Inoltre, l'Agente:

- informa i propri collaboratori e gli intermediari proponenti in rapporto di collaborazione con l'Agente, del nuovo prodotto o del prodotto modificato e della relativa documentazione;
- si assicura che i propri collaboratori e gli intermediari proponenti in rapporto di collaborazione con l'Agente, abbiano compreso le caratteristiche del prodotto e le regole distributive.

Qualora l'Agente non dovesse ottenere le informazioni necessarie per la distribuzione si impegna a segnalarlo prontamente alla Compagnia, attraverso la funzione aziendale tempo per tempo indicata nella POG Policy della Compagnia medesima, riportando le segnalazioni effettuate all'interno di un Registro appositamente realizzato (All. 2).

6. Il mercato di riferimento effettivo

Prima dell'avvio della distribuzione di ogni nuovo prodotto assicurativo, ovvero in caso di modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, la Compagnia mette a disposizione dell'Agente le informazioni necessarie allo stesso per conoscere il mercato di riferimento individuato.

L'Agente, attraverso il POG del distributore, si impegna a:

- adottare adeguate misure e procedure per assicurare che i prodotti assicurativi che intende distribuire e le relative strategie di distribuzione, siano coerenti con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento oltre che con la strategia distributiva individuata dalla Compagnia;
- identificare e valutare 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 dell'intermediario;
- individuare le ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito (mercato di riferimento negativo effettivo);
- comunicare alla Compagnia, prima della distribuzione del prodotto, il mercato di riferimento effettivo ed il mercato di riferimento negativo effettivo;
- riesaminare 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;
- 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;
- comunicare al produttore l'eventuale individuazione di un nuovo mercato di riferimento effettivo in esito alla riconsiderazione di cui al punto precedente.

7. Definizione della strategia distributiva

L'Agente, in coerenza con la politica distributiva della Compagnia, è responsabile della definizione, dell'attuazione e della revisione della strategia di distribuzione del prodotto.

Nell'ambito della definizione della strategia distributiva l'Agente persegue le linee guida in materia di remunerazione e incentivazione così come stabiliti dalla "Politica in materia di remunerazione e incentivazione della Rete di vendita" della Compagnia, applicandole in proporzione alla propria realtà organizzativa nei confronti dei propri collaboratori e dipendenti.

Le strategie di distribuzione eventualmente adottate dall'Agente, purchè coerenti con il mercato di riferimento e con le strategie suggerite dalla Compagnia, qualora differiscano da quelle della stessa, vengono riportate all'interno del "Documento sui Meccanismi di Distribuzione" (All. 1).

Qualora l'Agente o un suo collaboratore rilevi disallineamenti del prodotto assicurativo rispetto agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato, nonché ogni circostanza idonea ad arrecare un danno al Cliente, l'Agente stesso si impegna ad informare tempestivamente la Compagnia, attraverso la funzione aziendale tempo per tempo indicata nella POG Policy della Compagnia medesima, per consentire l'esecuzione di adeguate azioni correttive, riportando le segnalazioni effettuate all'interno di un Registro appositamente realizzato (All. 2).

Nel caso in cui i potenziali danni o pregiudizi per i clienti afferiscano alla propria strategia distributiva, l'Agente procede senza indugio a modificare la propria strategia di distribuzione per il prodotto assicurativo interessato.

8. Raccolta delle informazioni del Cliente

Il distributore offre consulenza al Cliente attraverso la raccolta di informazioni, la successiva verifica della coerenza o dell'adeguatezza del prodotto e fornendo la raccomandazione personalizzata, contenente i motivi per cui un particolare prodotto è idoneo a rispondere alle richieste ed esigenze del Cliente.

Il distributore si impegna a raccogliere e ad aggiornare nel tempo le informazioni necessarie per conoscere i bisogni e le caratteristiche della clientela attraverso l'utilizzo di un documento predisposto a tale scopo, realizzato dalla Compagnia oppure predisposto dall'Agente medesimo, che verrà sottoscritto dal Cliente e che verrà opportunamente conservato ed archiviato in formato digitale e/o cartaceo.

Nell'ambito del *"demands and needs test"*, il distributore chiede notizie al cliente sulle sue caratteristiche personali ed esigenze assicurative/previdenziali, che includono, ove pertinenti:

- età, stato di salute, attività lavorativa, nucleo familiare, situazione finanziaria ed assicurativa;
- aspettative in termini di copertura e durata del contratto, tenendo conto di eventuali coperture già in essere;
- tipo di rischio, caratteristiche e complessità del contratto offerto;

Con riferimento ai prodotti d'investimento assicurativi:

- la conoscenza teorica e l'esperienza pregressa rispetto a tali prodotti e ai mercati finanziari e assicurativi,
- gli obiettivi di investimento, la tolleranza al rischio, la capacità finanziaria e la capacità di sostenere le perdite.

Sulla base delle informazioni raccolte, i distributori forniscono al cliente informazioni oggettive sul prodotto e ogni elemento utile per consentirgli di prendere una decisione informata.

9. Disciplina dei flussi informativi verso la rete distributiva dell'Agente

Il POG del distributore, completo dell'All. 1, viene consegnato a tutti i soggetti che svolgono attività di distribuzione per conto dell'Agente, che lo sottoscrivono per accettazione.

Salvo che non vi provveda già la Compagnia, l'Agente garantisce il tempestivo aggiornamento di ogni informazione contenuta nel POG del distributore in forma scritta (anche in formato elettronico).

Nel caso in cui un soggetto che svolge attività di distribuzione per conto dell'Agente sia abilitato esclusivamente al collocamento di determinati prodotti o categorie di prodotto, i flussi informativi che lo coinvolgono sono circoscritti a tali prodotti o categorie di prodotto.

I destinatari del POG del distributore sono tenuti a segnalare, sollecitamente, eventuali circostanze idonee a causare un mancato allineamento alle previsioni ivi riportate attraverso apposita comunicazione a mezzo PEC indirizzata all'Agente.

L'Agente terrà conto di tali segnalazioni in fase di revisione del POG del distributore e dell'All. 1 e nell'adempimento degli obblighi di segnalazione alla Compagnia.

10. Monitoraggio dell'attività distributiva e dei flussi informativi

L'Agente monitora sistematicamente e nel continuo le attività di distribuzione di ciascun prodotto, al fine di:

- verificare che l'attività di distribuzione sia rivolta al mercato di riferimento individuato dalla Compagnia e non alle categorie di Clienti che rientrano nel mercato di riferimento negativo;
- verificare che l'eventuale distribuzione a Clienti che non rientrano nel mercato di riferimento sia realizzata a condizione che il Cliente non appartenga al mercato di riferimento negativo e il prodotto corrisponda alle richieste e alle esigenze assicurative del cliente e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, sia adeguato;
- verificare che l'eventuale distribuzione prodotti d'investimento assicurativi non complessi a Clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato dalla Compagnia, sia realizzata 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;
- verificare la correttezza e l'efficacia dei meccanismi distributivi;
- evidenziare eventuali criticità derivanti dal monitoraggio delle attività descritte.

L'Agente trasferisce, senza ritardo, le informazioni concernenti la distribuzione dei prodotti dirette alla Compagnia attraverso la funzione aziendale tempo per tempo indicata nella POG Policy della Compagnia medesima, riportando le segnalazioni effettuate all'interno di un Registro appositamente realizzato (All. 2).

11. Rapporti di collaborazione orizzontale

L'Agente, in qualità di intermediario emittente, verifica che gli intermediari proponenti adottino una strategia distributiva coerente con quella individuata dalla Compagnia, con particolare riferimento al rispetto del Target Market di riferimento individuato dalla stessa per ciascun prodotto offerto.

Inoltre l'Agente si impegna a trasmettere:

- all'intermediario proponente, prima dell'avvio della distribuzione, le informazioni ricevute dalla Compagnia in merito alla strategia distributiva, al Target Market Positivo e al Target Market Negativo dei prodotti e alle caratteristiche tutte dei prodotti stessi;
- alla Compagnia, in occasione dell'avvio della distribuzione o in occasione di ogni modifica, il Target Market Effettivo e il Target Market Effettivo Negativo dell'intermediario proponente qualora questo sia diverso rispetto a quello comunicato dalla Compagnia nonché le eventuali vendite a clienti che non appartengono al mercato di riferimento dalla stessa individuato.

L'Agente si impegna inoltre ad adottare e comunicare al collaboratore ogni misura correttiva afferente alla distribuzione dei prodotti eventualmente a lui comunicata dalla Compagnia.

Si precisa che ogni comunicazione verso l'intermediario proponente, successiva alla consegna ed alla sottoscrizione del POG del distributore, avverrà in forma scritta (anche in formato elettronico).

12. Archiviazione della documentazione

I meccanismi di distribuzione e monitoraggio descritti e tutte le comunicazioni finalizzate a far comprendere pienamente i prodotti agli intermediari di cui si avvale l'Agente, sono opportunamente documentati e archiviati, anche attraverso i sistemi messi a disposizione dalla Compagnia, per poter essere esibiti su richiesta in caso di verifiche da parte della Compagnia o dell'Autorità di Vigilanza competente.

Tale documentazione è conservata fintanto che resti in vigore nel portafoglio dell'Agente almeno un contratto afferente ai prodotti oggetto di presidio.

13. Revisione del POG del distributore e dei meccanismi di distribuzione

L'Agente, con frequenza almeno annuale, sottopone il POG del distributore e i Meccanismi di distribuzione a revisione al fine di verificarne la validità e l'aggiornamento.

In caso di modifiche del quadro normativo oppure delle informazioni ricevute dalla Compagnia tali da creare un danno o un rischio di pregiudizio per il Cliente, l'Agente si impegna ad apportare, senza indugio, le modifiche correttive, anche in un tempo diverso a quello stabilito per la riesamina dei documenti.

Il POG del distributore e/o il Documento sui Meccanismi di distribuzione, eventualmente modificati a seguito della revisione degli stessi, verranno opportunamente consegnati in forma scritta e fatti sottoscrivere per accettazione.

L'attività di revisione verrà registrata in un apposito "Registro delle revisioni" (All. 3).

All. 1 – Documento sui Meccanismi di distribuzione

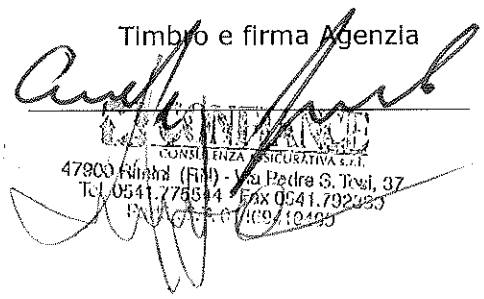
Nome del Prodotto	
Compagnia	
Elementi e caratteristiche principali	
Rischi	
Costi	
Target Market Positivo	
Target Market Negativo	
Strategia distributiva suggerita dalla Compagnia	
Strategia distributiva adottata	Es.: Non sono state adottate ulteriori o differenti strategie di distribuzione rispetto a quelle suggerite dalla Compagnia
Soggetti abilitati alla distribuzione	Es.: Tutti i soggetti abilitati alla distribuzione per conto dell'Agente

All. 2 – Registro delle comunicazioni verso la Compagnia o il distributore emittente

Nr.	Data invio	Prodotto	Destinatario	Motivo segnalazione	Mezzo di comunicazione adottato
1	00/00/0000	ABC	Compagnia XYZ	Es.: disallineamento del prodotto assicurativo rispetto agli interessi del mercato di riferimento individuato	Es.: Help Desk
2	00/00/0000	DEF	Distributore emittente	Es: circostanze che possono arrecare un danno al Cliente	Es.: PEC

All. 3 – Registro delle revisioni POG / Documento sui Meccanismi di distribuzione

Nr.	Data	Documento	Motivo della Revisione	Attività espletata ed eventuali modifiche apportate
1	00/00/0000	Es: Politica POG del distributore	Es.: modifica nei canali di diffusione delle informazioni	Es: estensione alle comunicazioni in formato elettronico
2	00/00/0000	Es: Documento sui Meccanismi di distribuzione	Es. variazione target market distributore	Es: specificazione target market effettivo

Rimini, 31/12/2024

Timbro e firma Agenzia