

POG

(Product Oversight Governance)

Versione del 1° Maggio 2024
Aggiornamento del Luglio 2025

AGENZIA GENERALE INA-ASSITALIA MONZA B.B.R. ASSICURAZIONI SRL

N° iscrizione al RUI A000182882

Agenzia Generale di MONZA LARGO XXV APRILE 6/A

Sommario

1. Struttura distributiva dell'Agenzia Generale	3
2. Introduzione.....	4
3. Oggetto e scopo, adozione ed aggiornamento, applicazione ediffusione, data di efficacia della POG.....	6
4. Meccanismi di distribuzione e monitoraggio dei prodotti.....	9
5. Flussi informativi.....	11
6. Definizione della strategia distributiva.....	14
7. Reportistica alla Compagnia.....	16
8. Rapporti di collaborazione orizzontale.....	17
9. Archiviazione della documentazione.....	18
10. Individuazione del canale distributivo.....	18
11. Revisione dei meccanismi di distribuzione.....	19
12. Registro delle revisioni.....	19
PARTE SPECIALE	20
Allegato 1	22

1. Struttura distributiva dell'Agenzia Generale.

1.1. Organigramma.

- Agente: AGENZIA GENERALE INA-ASSITALIA MONZA B.B.R. ASSICURAZIONI SRL
- Responsabile dell'attività di intermediazione assicurativa: BUELLI FILIPPO ANGELO GIOVANNI
- Responsabile dell'attività di intermediazione assicurativa: RASERO FABRIZIO

Per l'elenco degli impiegati e dei collaboratori iscritti nella sezione E si rinvia all'Allegato 1.

1.2. Compagnie assicurative per le quali opera.

Generali Italia spa.

1.3. Accordi di collaborazione orizzontale in atto.

Al momento non vi sono accordi di collaborazione orizzontale.

2. Introduzione.

2.1. Premessa.

Le disposizioni contenute nel Regolamento Delegato UE 2017/2358, direttamente applicabile, nel Decreto Legislativo n.68 del 21 maggio 2018, che recepisce in Italia le previsioni della IDD e nel Regolamento IVASS n. 45 impongono agli intermediari iscritti nelle sezioni A del RUI (di seguito Agente) di dotarsi di appositi presidi in materia di governo e controllo del prodotto, finalizzati, tra l'altro ad ottenere dalla Compagnia tutte le informazioni necessarie al fine di comprendere pienamente le caratteristiche dei prodotti assicurativi che intendono offrire ai clienti.

I meccanismi di distribuzione del prodotto conseguentemente definiti:

- garantiscono che gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche dei clienti siano debitamente tenuti in considerazione;
- mirano a evitare e, in ogni caso, ad attenuare l'eventuale pregiudizio per il cliente;
- supportano una corretta gestione dei conflitti di interesse.

Di conseguenza l'Agente, tenuto conto della natura, portata e complessità dell'attività che svolge e del livello di complessità dei rischi legati ai singoli prodotti che distribuisce:

- definisce, attraverso il presente documento, meccanismi di distribuzione del prodotto finalizzati a garantire il rispetto dei requisiti citati e la piena conoscenza dei prodotti distribuiti;
- adotta una propria politica distributiva e ne garantisce la coerenza rispetto alla strategia distributiva individuata dalla Compagnia;
- struttura adeguati flussi informativi da e verso la Compagnia, nel rispetto della *Politica in materia di Governo e Controllo del Prodotto* (di seguito POG Policy) adottata da quest'ultima.
- struttura flussi informativi da e verso gli altri intermediari iscritti alle sezioni A, B del RUI con i quali intrattenga rapporti di collaborazione orizzontale di cui all'art. 22 commi da 10 a 12 del D. L. 18 ottobre 2012, n. 179, convertito in legge 17.12.2012, n. 221.

2.2. Quadro normativo di riferimento.

La disciplina dei requisiti di governo e controllo del prodotto applicabile agli intermediari assicurativi deriva da fonti europee direttamente applicabili e dalla normativa nazionale oggetto di revisione in occasione dell'attuazione della Direttiva (UE) 2016/97 nota come Insurance Distribution Directive ovvero IDD.

A livello europeo, il Regolamento Delegato (UE) 2017/2358 della Commissione del 21 settembre 2017 di seguito "Regolamento Delegato POG") integra la direttiva (UE) 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio (Direttiva IDD) per quanto riguarda i requisiti in materia di governo e controllo del prodotto per le imprese di assicurazione e i distributori di prodotti assicurativi, disciplinando, nello specifico:

il processo di approvazione del prodotto dei soggetti che realizzano prodotti assicurativi, con particolare riferimento all'individuazione del mercato di riferimento, al test del prodotto, all'attività di monitoraggio e revisione del prodotto e al correlato rapporto con i canali di distribuzione;

i meccanismi di distribuzione del prodotto e l'informativa che il distributore è chiamato a rendere al

soggetto che realizza prodotti assicurativi in relazione all'attività di distribuzione svolta.

Il quadro normativo europeo direttamente applicabile è completato - a livello nazionale - da quanto previsto dal nuovo articolo 30-decies del c.a.p., introdotto dal decreto legislativo n. 68 del 2018 di recepimento della IDD, il quale, in particolare, impone agli intermediari che realizzano prodotti assicurativi di:

elaborare e attuare un processo di approvazione per ciascun prodotto assicurativo e per ogni modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, prima che sia commercializzato o distribuito ai clienti; individuare, per ciascun prodotto, un mercato di riferimento, definizione che raccoglie le categorie di clienti cui il prodotto è destinato (c.d. mercato di riferimento positivo); individuare, per ciascun prodotto, le categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito (c.d. mercato di riferimento negativo); adottare ogni ragionevole misura per assicurare che il prodotto assicurativo sia distribuito al mercato di riferimento individuato; trasmettere ai distributori di prodotti assicurativi tutte le informazioni rilevanti sul prodotto assicurativo e sul processo di approvazione del prodotto, compreso il relativo mercato di riferimento individuato.

Il Regolamento IVASS n. 45/2020 completa la disciplina normativa in materia di requisiti di governo e controllo del prodotto per i distributori di prodotti assicurativi prevista dal Regolamento Delegato POG e dal c.a.p. e dà attuazione, in particolare, agli articoli 30-decies, comma 7, e 121-bis, comma 2, del c.a.p..

In linea con l'impianto normativo primario e in coerenza con quanto previsto dal Regolamento Delegato POG, il testo del Regolamento IVASS n. 45/2020:

- disciplina il processo di approvazione dei prodotti assicurativi, individuando - nel rispetto del principio di proporzionalità - precisi obblighi in capo al produttore, chiamato, in particolare, a identificare con sufficiente grado di dettaglio, il mercato di riferimento di un prodotto assicurativo e le categorie di soggetti ai quali il prodotto non può essere distribuito, adottando le misure idonee per assicurare che il prodotto assicurativo sia distribuito al mercato di riferimento individuato;
- disciplina l'attività di distribuzione dei prodotti assicurativi, graduando - in applicazione del principio di proporzionalità - gli obblighi in capo agli intermediari iscritti alle diverse sezioni del RUI coinvolti nell'attività distributiva;
- prevede disposizioni specifiche per i processi di approvazione e distribuzione del prodotto aventi ad oggetto i prodotti di investimento assicurativi.

Contestualmente anche il Regolamento Delegato (UE) 2017/2359 della Commissione del 21 settembre 2017 (Regolamento Delegato IBIPs) che integra la direttiva (UE) 2016/97 per quanto riguarda la distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi, è stato recepito dal D.Lgs. n. 68 del 21 maggio 2018 che ha introdotto modifiche sia al c.a.p. che al TUF prevedendo ulteriori disposizioni regolamentari che devono essere emanate da IVASS e da Consob, nei rispettivi ambiti di competenza, previo reciproco coordinamento al fine di garantire uniformità alla disciplina applicabile alla vendita di IBIPs¹ a prescindere dal canale distributivo nonché coerenza ed efficacia del sistema di vigilanza.

IVASS, per i canali di competenza, con il Provvedimento n. 97/20 completa la disciplina in materia di distribuzione dei prodotti IBIPs definendo, integrazioni e modifiche dei regolamenti nn. 23/08, 24/08, 38/18, 40/18 e 41/18, con l'obiettivo di razionalizzare e semplificare gli obblighi a carico degli operatori e accrescere il livello di tutela dei contraenti.

3. Oggetto e scopo, adozione ed aggiornamento, applicazione e diffusione, data di efficacia della POG.

3.1. Oggetto e scopo della POG.

La presente policy, in linea con la vigente normativa, identifica e formalizza le linee guida, le regole di condotta ed i presidi da prevedere nell'ambito del modello organizzativo per la distribuzione di prodotti assicurativi con un dettaglio adeguato alla natura, alla portata e alla complessità dell'attività aziendale e proporzionato alla complessità dei prodotti assicurati distribuiti dall'intermediario.

L'Agenzia Generale (di seguito anche "Distributore") ha l'obbligo di rispettare le disposizioni riportate nel Regolamento IVASS n. 45 del 04 Agosto 2020 in modo appropriato e proporzionato, tenendo conto del livello di complessità di ogni prodotto assicurativo e del correlato mercato di riferimento.

La presente policy si applica all'Agenzia Generale nell'ambito del processo di distribuzione dei prodotti assicurativi, non realizzati in proprio, per conto dei c.d. produttori.

Il presente documento è redatto in linea con la normativa vigente e con la POG delle imprese produttrici e le linee guida ricevute da quest'ultime.

Il presente documento garantisce quindi 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 individui il cliente le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi sono compatibili con il prodotto assicurativo;
- 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 individuali 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 individuali 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. Adozione ed aggiornamento della POG.

La presente policy è approvata con delibera dell'8 luglio 2024 ed assume efficacia a decorrere dalla data di approvazione.

Il referente della presente policy è il Sig. Stucchi Lorenzo (di seguito anche "referente POG"), incaricato di:

- garantire l'applicazione della policy, segnalando eventuali incongruenze o necessità di modifiche della stessa;
- fornire pareri non vincolanti, supporto ed istruzioni tecniche relativamente alla policy;
- contribuire a definire le informazioni destinate all'organo amministrativo (o equivalente).

Nello specifico, il referente POG:

- esamina con regolarità i dossier POG pervenuti dalle imprese o dagli intermediari in collaborazione orizzontale e verifica la completezza delle informazioni provenienti dai produttori sui prodotti da distribuire;
- richiede alle imprese le eventuali ulteriori informazioni necessarie ai fini della corretta distribuzione del prodotto;
- identifica i conflitti di interesse segnalati dal produttore o emergenti nella fase di distribuzione e implementa le modalità di gestione dei medesimi in conformità all'eventuale policy dell'Agente Generale in materia di conflitti d'interesse;
- propone per approvazione la presente Politica di governo e controllo del prodotto (POG) – Distributore all'organo amministrativo;
- presidia e analizza eventuali evoluzioni normative, coordinando le relative attività di adeguamento tra le diverse strutture; possiede responsabilità di monitoraggio della conformità interna al processo IDD;
- informa periodicamente l'organo amministrativo, anche al fine di fornire evidenza delle azioni intraprese per fronteggiare eventuali situazioni di particolare impatto o rilevanza (es. azioni di rimedio che potrebbero generare una variazione della strategia distributiva);
- garantisce che la presente policy sia coerente con la struttura organizzativa e con la strategia commerciale e distributiva dell'Agenzia Generale; divulga la presente policy a tutti i soggetti che collaborano nell'attività distributiva dell'Agenzia Generale, al fine che venga conosciuta e applicata da tutto il personale coinvolto nel processo distributivo (dipendenti, collaboratori, rete, collaborazioni orizzontali);

- diffonde le informazioni contenute nel POG relative alle caratteristiche del prodotto, alla strategia distributiva abbinata, ai conflitti di interesse e alle relative modalità di gestione, alle linee di reporting di addetti, collaboratori e dipendenti;
- verifica, sulla base dell'esame della reportistica della distribuzione del prodotto, l'esistenza di situazioni di non conformità del prodotto al target market del Distributore o caratteristiche pregiudizievoli per il cliente e predispone dei report per le imprese; promuove la diffusione di una cultura di business orientata alla tutela del consumatore;
- raccoglie e conserva la documentazione relativa a ciascun dossier POG in un apposito archivio (o repository digitale), nonché la documentazione relativa ai flussi informativi e di reporting;
- verifica l'eventuale sussistenza dei requisiti per i quali l'Agenzia Generale è da considerarsi "intermediario produttore di fatto" per un determinato prodotto assicurativo.

3.3. Applicazione e diffusione della POG.

La POG deve essere osservata da tutti i soggetti che svolgono attività di distribuzione assicurativa per conto dell'Agenzia Generale:

- Responsabili dell'attività di distribuzione assicurativa;
- Subagenti;
- Produttori;
- Collaboratori autonomi comunque denominati iscritti in sezione E del RUI;
- Collaboratori di II livello;
- Dipendenti addetti all'attività di distribuzione assicurativa all'interno dei locali;
- Distributori che entrano in contatto con il contraente agendo in veste di intermediario proponente in rapporto di collaborazione con il Distributore, ex art. 22, comma 10, decreto legge 179/2012, convertito con modifiche nella legge 221/2012.

Il referente POG ha il compito di diffondere le informazioni relative alla Politica di governo e controllo del prodotto (POG) – Distributore al personale di cui sopra, al fine di garantire una piena comprensione dei prodotti da parte dei soggetti che ne curano il collocamento presso il cliente, nonché del corretto collocamento del prodotto in coerenza al target market ed al target market effettivo e al rispetto delle esigenze e dei bisogni del cliente.

3.4. Data di efficacia.

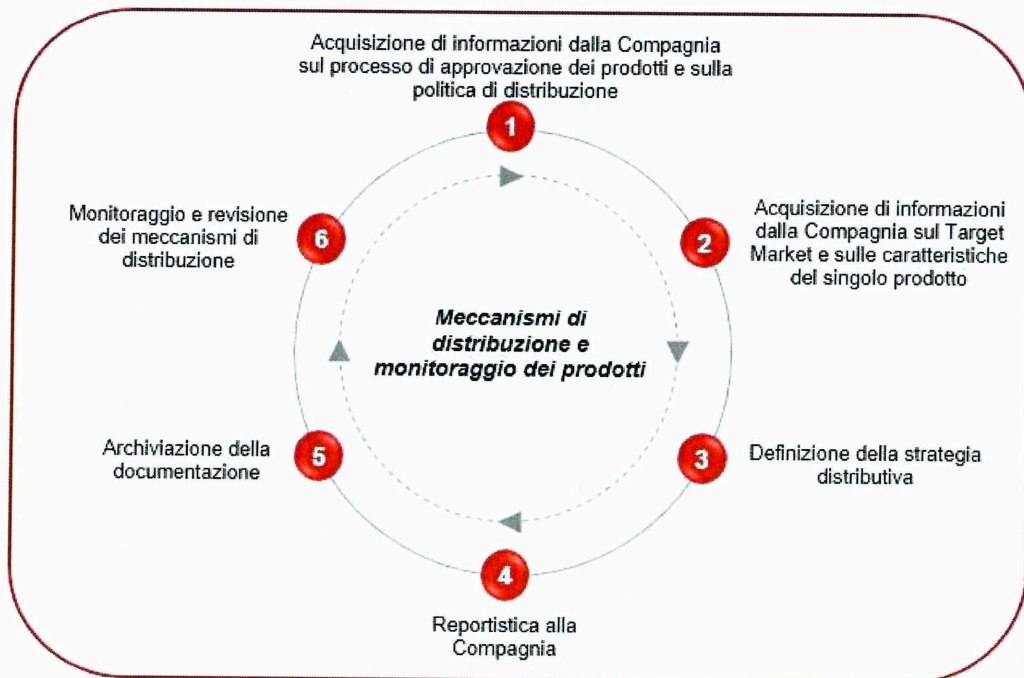
La presente versione della Policy entra in vigore il 10 maggio 2024 ed è sottoposta a revisione secondo le previsioni del successivo paragrafo 10.

4. Meccanismi di distribuzione e monitoraggio dei prodotti.

La presente POG definisce i meccanismi di distribuzione e monitoraggio dei prodotti, che hanno l'obiettivo di:

- acquisire dalla Compagnia tutte le informazioni relative al processo di approvazione dei prodotti e alla politica di distribuzione;
- ricevere dalla Compagnia tutte le informazioni utili ad individuare i clienti cui ogni singolo prodotto è destinato ed i clienti cui il prodotto non può essere distribuito (Target Market positivo e negativo), nonché comprendere tutte le caratteristiche di dettaglio del prodotto, i relativi rischi e costi per i clienti e la strategia distributiva definita dalla Compagnia;
- valutare la compatibilità del prodotto con le esigenze e le richieste del cliente;
- assicurare che i prodotti assicurativi siano distribuiti ai clienti rientranti nel mercato di riferimento individuato dalla Compagnia, facendo in modo che i prodotti siano distribuiti solo quando ciò sia nell'interesse del cliente, anche quando la distribuzione è effettuata mediante i soggetti di cui all'art. 107, comma 4, del CAP;
- 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;
- assicurare che la strategia distributiva individuata dall'Agente sia coerente con quella della Compagnia;
- assicurare che la strategia distributiva individuata dall'intermediario proponente nell'ambito dei c.d. rapporti di collaborazione orizzontale, sia coerente con quella della Compagnia;
- definire i flussi informativi verso la Compagnia;
- definire i flussi informativi, periodici e ad evento, da e verso gli intermediari proponenti con cui intrattenga c.d. rapporti di collaborazione orizzontale;
- formalizzare le modalità di tracciabilità degli scambi informativi avvenuti nel rispetto dei presidi individuati nel presente documento;
- garantire che la descrizione degli stessi sia costantemente aggiornata, stabilendone la periodicità e le modalità di revisione.

Le fasi appena descritte possono essere sintetizzate nel seguente schema:



5. Flussi informativi.

Ai fini del pieno rispetto degli obblighi di cui al Regolamento (UE) 2017/2358, al Regolamento IVASS n. 45/2020 nonché alla presente Policy, la Compagnia identifica, tramite accordo con i propri distributori, la direzione, il contenuto, la periodicità e le modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle proprie attività necessarie per adempiere ai rispettivi obblighi.

L'identificazione di tali flussi è finalizzata a guidare il distributore nella conoscenza del prodotto e ad assicurare che la distribuzione sia indirizzata a clienti appartenenti al Target Market di riferimento e che non sia, in ogni caso, effettuata a clienti appartenenti al Target Market negativo; è altresì finalizzata a favorire gli scambi informativi relativi al prodotto previsti dalla normativa vigente.

5.1 Acquisizione di informazioni dalla Compagnia.

La Compagnia trasmette i seguenti flussi al distributore:

- il processo di approvazione del prodotto di cui alla presente Policy, anche attraverso la trasmissione di un estratto della stessa;
- tutte le informazioni relative ad ogni nuovo prodotto e ad ogni revisione rilevante di un prodotto esistente, inclusi il Target Market, i rischi e i costi – anche quelli impliciti – nonché la strategia di distribuzione suggerita e qualunque circostanza conosciuta potenzialmente in grado di generare un conflitto di interesse a discapito del cliente;
- informazioni su eventuali misure correttive intraprese all'esito dell'attività di monitoraggio, qualora implicino una revisione di prodotto o abbiano impatti sull'operatività del distributore stesso.

Tali informazioni sono rese disponibili all'Agente mediante il sistema di comunicazione aziendale. Eventuali modifiche a tale Politica sono trasmesse all'Agente ed ai suoi collaboratori mediante il medesimo sistema di comunicazione aziendale.

Prima dell'avvio della distribuzione di ogni nuovo prodotto assicurativo, ovvero in caso di modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, la Compagnia, attraverso la pubblicazione di apposita circolare e dei relativi allegati nel sistema di comunicazione aziendale, all'interno della pagina relativa al prodotto, mette a disposizione dell'Agente le informazioni necessarie allo stesso per conoscere e comprendere adeguatamente il prodotto stesso, al fine di garantire che lo stesso sia distribuito conformemente alle esigenze, alle caratteristiche ed agli obiettivi del mercato di riferimento individuato.

Dette informazioni includono, tra l'altro:

- le caratteristiche del prodotto,
- il Target Market Positivo e il Target Market Negativo del prodotto;
- nei casi richiesti dalla normativa, il profilo di rischio del prodotto;
- i costi per il Cliente;
- l'orizzonte temporale raccomandato.

Nel predetto sistema è inoltre resa disponibile agli Agenti la seguente ulteriore ~~informazione~~ ~~documentazione~~

- per i prodotti afferenti ai bisogni “Vita”, apposita scheda prodotto contenente informazioni di dettaglio relative al prodotto, con particolare riferimento alla descrizione tecnica di tutte le prestazioni e delle caratteristiche del prodotto stesso ed i rischi associati al prodotto;
- per i prodotti afferenti ai bisogni “Non vita”, supporti specifici in base alla tipologia di prodotto in oggetto quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, tariffario, prontuario medico, FAQ, ecc.

La Compagnia cura altresì l’aggiornamento delle suddette informazioni in caso di variazioni secondo le previsioni della propria POG Policy.

All’interno di tale pagina è anche definita la strategia distributiva del prodotto mediante l’individuazione delle sue finalità principali compatibili con il Target Market positivo individuato; l’Agente può inoltre visualizzare e scaricare il relativo materiale pubblicitario, da utilizzare in Agenzia e nelle trattative con i potenziali Clienti.

Prima di avviare qualsiasi attività di distribuzione del prodotto l’Agente provvede a:

- prendere visione della documentazione di prodotto;
- informare i suoi collaboratori della disponibilità del nuovo prodotto o del prodotto modificato e della relativa documentazione;
- assicurarsi che i suoi collaboratori abbiano pienamente compreso le caratteristiche del prodotto, anche attraverso il completamento degli eventuali corsi on-line relativi al prodotto da parte dei collaboratori stessi.

Si evidenzia che il modello adottato dalla Compagnia non permette la vendita dei prodotti al di fuori del Target Market identificato.

Il Distributore verifica, per quanto possibile, che le informazioni rese dalla Compagnia 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.

5.2 Acquisizione di informazioni dalla clientela e verifica della coerenza rispetto alle richieste (“*demands and needs test*”).

Prima della sottoscrizione del contratto, l’Agente, avvalendosi della modulistica messa a disposizione dalla Compagnia, acquisisce dal contraente e, con riferimento alle polizze collettive, dall’aderente nelle modalità e nei limiti previsti dall’articolo 66 del Regolamento IVASS n. 40 del 2018, tutte le informazioni necessarie per valutare l’appartenenza dello stesso al mercato di riferimento o al mercato di riferimento negativo individuati dalla

Compagnia nonché la coerenza ed adeguatezza del prodotto rispetto alle esigenze.

Al fine di assicurare che sia proposto il prodotto maggiormente rispondente alle caratteristiche, richieste ed esigenze del contraente, i Destinatari del presente Documento 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 questo, dal Distributore.

Attraverso il documento denominato "Profilo Cliente", sottoscritto dal cliente, l'Agente raccoglie ed aggiorna nel tempo le informazioni necessarie per conoscere bisogni e caratteristiche della propria clientela. In particolare:

- per i prodotti vita: le informazioni relative alla tipologia di clientela, quelle personali sul cliente e sui suoi bisogni assicurativi e, ove pertinente, il livello di conoscenza ed esperienza, gli obiettivi di investimento, inclusa la tolleranza al rischio, la capacità finanziaria, inclusa la capacità di sostenere le perdite;
- per i prodotti danni: le informazioni relative alla tipologia di clientela, quelle personali sul cliente e sui suoi bisogni assicurativi

Le informazioni raccolte attraverso il Profilo Cliente - come tempo per tempo aggiornate - sono archiviate e storicizzate nei sistemi informativi della compagnia cui l'agente ha regolare accesso.

L'Agente, in definitiva, in coerenza con la politica distributiva della Compagnia, offre consulenza al Cliente in maniera trasversale 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 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 Trasmissione di informazioni alla Compagnia.

L'Agente trasmette alla Compagnia i seguenti flussi:

- il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo così come individuati dal distributore, relativi ad ogni nuovo prodotto e revisione di prodotto esistente, o conferma nel caso in cui coincidano rispettivamente con il Target Market e il Target Market negativo individuati dalla Compagnia;
- le informazioni concordate relative alle vendite, e più in generale all'attività di distribuzione, necessarie per lo svolgimento dell'attività di monitoraggio e con frequenza adeguata a tale finalità;
- le informazioni relative ai costi di distribuzione al fine di rendicontarli correttamente al cliente nell'ambito del Documento Unico di Rendicontazione previsto per i prodotti Vita;

- le informazioni relative al numero, all'oggetto e all'esito dei reclami ricevuti.

L'Agente trasmette inoltre alla Compagnia:

- per i prodotti Vita e Previdenziali: le informazioni relative alla tipologia di clientela, ai loro bisogni assicurativi, all'orizzonte temporale e, ove previsto, alle preferenze di sostenibilità, al livello di conoscenza ed esperienza, agli obiettivi di investimento e alla capacità di sostenere le perdite inclusa la tolleranza al rischio;
- per i prodotti Danni: le informazioni relative alla tipologia di clientela, ai loro bisogni assicurativi e professione.

L'obbligo di comunicazione alla Compagnia è assolto in via ricorrente attraverso l'imputazione all'interno del sistema informativo messo a disposizione dalla Compagnia delle informazioni necessarie alla profilazione del Cliente e all'attività di consulenza e vendita.

6. Definizione della strategia distributiva.

L'Agente è responsabile della definizione, dell'attuazione e della revisione della strategia di distribuzione del prodotto che deve essere coerente con quella definita dalla Compagnia.

Nello specifico, l'Agente verifica periodicamente la conformità della propria strategia distributiva rispetto a quanto previsto dalla Compagnia, controllando in particolare che i prodotti vengano distribuiti ai clienti appartenenti al Target Market di riferimento, così come individuato dalla Compagnia.

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

Qualora l'Agente o un suo collaboratore rilevi che un prodotto assicurativo non è in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato, o che altre circostanze legate al prodotto possono arrecare danno al cliente, l'Agente stesso deve prontamente informare la Compagnia per consentire l'esecuzione di adeguate azioni correttive, documentando adeguatamente l'informativa; 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 quel prodotto assicurativo.

6.1 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 utili e necessarie alla conclusione del contratto, il soggetto che entra in contatto con il cliente, rende le informazioni previste da leggi e regolamenti, concernenti in particolare:

1. i dati identificativi del distributore;
2. le norme di comportamento cui il distributore è soggetto nell'esercizio dell'attività distributiva;
3. le situazioni di conflitto d'interessi;

4. la trasparenza sulle remunerazioni ricevute in virtù dell'attività di distribuzione;
5. l'attività consulenziale del distributore;
6. 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.

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.

6.2 Conflitti di interesse e politica di remunerazione.

Questa Agenzia si prefigge l'obiettivo primario del perseguimento del miglior interesse del cliente.

In particolare, è fatto assoluto divieto di utilizzare la maggior remunerazione provvigionale quale criterio per la selezione del contratto da proporre al contraente.

Nel caso in cui sia possibile proporre una pluralità di prodotti, tutti astrattamente coerenti con le esigenze e richieste del contraente, a quest'ultimo è proposto il contratto che presenta il rapporto più vantaggioso tra costi complessivi e livello di coperture, tenuto conto degli eventuali servizi e altri benefici connessi alla sottoscrizione.

Il Distributore si astiene dall'adottare qualsiasi misura che possa incentivare la distribuzione di un prodotto in luogo di un altro prodotto che possa meglio soddisfare le esigenze e le richieste del cliente.

Il Distributore che si trovi in o venga a conoscenza di una situazione, anche potenziale, di conflitto di interessi lo comunica senza ritardo al Responsabile, descrivendo le circostanze, le parti e i termini del conflitto.

In tali ipotesi, il Responsabile, tenuto conto di tutti gli elementi del caso concreto, adotta le misure idonee a far sì che sia evitato il conflitto di interessi ovvero che sia assicurato con ragionevole certezza che la situazione di conflitto di interessi non nocca agli interessi del contraente.

7. Reportistica alla Compagnia.

L'Agente, in fase di consulenza e di vendita, raccoglie, attraverso i format messi a disposizione dalla Compagnia, le informazioni relative al cliente e le imputa all'interno del sistema informativo messo a disposizione dalla Compagnia stessa. Detto sistema informativo elabora dette informazioni al fine di targettizzare la clientela ed attribuire alla stessa un profilo di rischio.

Attraverso l'utilizzo di tale sistema l'Agente fornisce quindi in via ricorrente in sede di profilazione, in via preventiva alla Compagnia le informazioni necessarie a verificare, sempre in via preventiva, che la proposta di vendita del prodotto assicurativo possa essere effettuata esclusivamente ad un cliente che appartenga al mercato di riferimento individuato. Parimenti, la Compagnia, in via ricorrente e sistematica restituisce all'Agente, sempre attraverso l'utilizzo dei predetti sistemi, le informazioni necessarie, sempre in via preventiva, a verificare se il cliente appartiene al mercato di riferimento effettivo cui il prodotto è riservato.

Il sistema informativo, confrontando tali informazioni con gli elementi del target market di riferimento di ciascun prodotto, consente all'Agente di proporre esclusivamente prodotti rientranti nel target market di appartenenza del cliente, individuato dalla Compagnia, nonché coerenti con i bisogni e le richieste del cliente stesso e/o adeguati alle sue caratteristiche ed impedisce, attraverso un blocco informatico, che il prodotto sia offerto ad un cliente non appartenente al target market di riferimento individuato.

Tale impostazione consente che, in via ordinaria, il mercato di riferimento effettivo ed il mercato di riferimento negativo effettivo del distributore coincidano con il mercato di riferimento ed il mercato di riferimento negativo individuati dalla Compagnia, nella sua veste di produttore, come consentito dal comma 9 dell'art. 12 del Regolamento IVASS 45/2021, determinando le esenzioni di applicazione dei commi 6 e 8 dell'art. 12 medesimo.

Le suddette informazioni censite sui sistemi messi a disposizione della Compagnia, consentono pertanto all'Agente di:

- fornire alla Compagnia informazioni relative alle vendite effettuate;
- garantire l'appartenenza dei clienti che hanno acquistato il prodotto al Target Market definito per il prodotto stesso;
- assicurare la rispondenza del prodotto ai bisogni ed esigenze della clientela cui è destinato;
- garantire la coincidenza tra Target Market di riferimento della Compagnia e Target Market Effettivo dell'Agente.

Resta salva la facoltà per l'Agente di comunicare alla Compagnia, e per essa alla funzione aziendale tempo per tempo indicata nella POG Policy della Compagnia medesima, un Target Market Effettivo che rappresenti una specificazione del Target Market Positivo individuato dalla Compagnia ed un Target Market Effettivo Negativo che rappresenti un'estensione del Target Market Negativo individuato dalla Compagnia.

L'Agente è comunque tenuto a comunicare in ogni momento alla Compagnia, attraverso la funzione aziendale tempo per tempo indicata dalla POG Policy, eventuali circostanze che

possano rilevare ai fini della non rispondenza del prodotto agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del Target Market individuato ovvero altre circostanze legate al Prodotto che ritiene possano aggravare il rischio di pregiudizio al cliente.

8. Rapporti di collaborazione orizzontale.

L'Agente seleziona gli intermediari con cui stringere rapporti di collaborazione orizzontale sulla base di criteri di professionalità, che consentano di assicurare che tali soggetti siano in possesso della conoscenza, dell'esperienza e della competenza necessarie per comprendere le caratteristiche dei prodotti assicurativi della Compagnia e il mercato di riferimento individuato.

Con riferimento all'attività distributiva effettuata dagli intermediari proponenti, l'Agente, in qualità di intermediario emittente, verifica che tali soggetti 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.

In caso di sottoscrizione di accordi di collaborazione orizzontale, fermi restando gli obblighi posti in capo all'Agente dalla normativa di riferimento, l'Agente stesso provvederà:

- 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, come da lui ricevute;
- a comunicare alla Compagnia, in occasione dell'avvio della distribuzione o in occasione di ogni modifica:
 - il valore monetario dei costi applicati al cliente, aggiuntivi rispetto a quelli previsti nelle Condizioni del prodotto, da riportare nel Documento Unico di Rendicontazione previsto dall'art. 25 del regolamento IVASS n. 41/2018;
 - il Target Market Effettivo e il Target Market Effettivo Negativo dell'intermediario proponente qualora questo sia diverso rispetto a quello comunicato dalla Compagnia in qualità di produttore;
 - a fare in modo che la Compagnia possa ottenere ogni informazione dovesse necessitare al fine di adempiere agli obblighi previsti dal Regolamento IVASS n. 45/2020 e successive modifiche ed integrazioni, con riferimento, in particolare, ad eventuali vendite a clienti che non appartengono al mercato di riferimento dalla stessa individuato.

L'Agente è tenuto ad adottare e comunicare al collaboratore ogni misura correttiva afferente alla distribuzione dei prodotti eventualmente a lui comunicata dalla Compagnia, anche all'esito dei controlli richiesti alla Compagnia stessa ai sensi del Regolamento IVASS n. 45/2020.

9. Archiviazione della documentazione.

Tutti i meccanismi di distribuzione e monitoraggio descritti, nonché tutte le comunicazioni finalizzate a far comprendere pienamente i prodotti all'Agente e ai suoi collaboratori, 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. Tutta la documentazione di cui sopra è conservata fintanto che resti in vigore nel portafoglio dell'Agente almeno un contratto afferente ai prodotti oggetto di presidio.

10. Individuazione del canale distributivo.

L'Agente, prima di affidare un incarico di distribuzione, svolge una specifica valutazione volta a verificare il possesso dei requisiti necessari per l'adeguato svolgimento dell'attività di distribuzione. Tale valutazione prevede, nei confronti del soggetto a cui si intende affidare l'incarico di distribuzione dei Prodotti, una verifica qualitativa della sua capacità di rispettare i presidi e le regole definite dalla normativa, tra cui i requisiti di onorabilità e professionalità e la conoscenza dello specifico prodotto assicurativo nonché la raccolta di informazioni sufficienti per le valutazioni inerenti alla strategia distributiva.

I soggetti addetti alla distribuzione assicurativa sono, inoltre, tenuti all'obbligo di aggiornamento professionale finalizzato all'approfondimento e all'accrescimento delle conoscenze e competenze e capacità professionali, in linea con le previsioni regolamentari IVASS.

11. Revisione dei meccanismi di distribuzione.

L'Agente riesamina, ed eventualmente revisiona, il presente documento con frequenza almeno annuale, in relazione alla natura, portata e complessità dell'attività che svolge e del livello di complessità e rischi legati ai singoli prodotti distribuiti, anche dai suoi collaboratori.

In particolare, tale revisione è finalizzata a garantire che i meccanismi di distribuzione dei prodotti e i flussi informativi previsti con la Compagnia siano costantemente validi ed aggiornati, in relazione alla tipologia e alla complessità dei prodotti.

12. Registro delle revisioni.

- Luglio 2025

Attività ed eventuali modifiche: aggiornamento allegati

Firma dell'Agente Generale _____



- 1° gennaio 2026

Firma dell'Agente Generale _____

Attività ed eventuali modifiche: _____

PARTE SPECIALE
SCHEDE DI VALUTAZIONE
DEI PRODOTTI PER L'INDIVIDUAZIONE
DEI TARGET MARKET EFFETTIVI DI PRODOTTO

SCHEDA PRODOTTO: si allega elenco contenente tutti i prodotti distribuiti

IMPRESA DI ASSICURAZIONE: Generali Italia S.P.A.

Premesso che

- Con riferimento al citato prodotto si è proceduto a esaminare le informazioni di cui ai flussi documentali in materia di governo e controllo del prodotto (POG) dell'Impresa produttrice nonché le ulteriori istruzioni per la distribuzione provenienti dalla stessa, in relazione al prodotto in oggetto;
- si è provveduto a valutare la situazione, le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi della clientela, verificando le stesse rispetto al mercato di riferimento individuato dal Produttore;

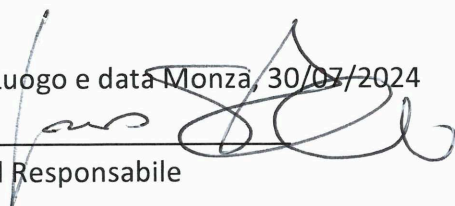
si valuta

che il mercato di riferimento effettivo e il mercato di riferimento negativo effettivo coincidono rispettivamente con il mercato di riferimento positivo e con il mercato di riferimento negativo individuato dal Produttore;

che è necessario individuare un mercato di riferimento effettivo e un mercato di riferimento negativo diverso, in quanto non coincidenti con il mercato di riferimento positivo e con il mercato di riferimento negativo individuato dal Produttore. Si provvede a comunicare il risultato di tale valutazione alla compagnia produttrice, secondo le previsioni di legge e regolamentari.

Luogo e data Monza, 30/07/2024

Il Responsabile



Allegato 1

Si allega elenco degli impiegati e dei collaboratori iscritti nella sezione E.