

POG






DISTRIBUTORE


Product Oversight Governance

Politica di governo e controllo del prodotto

Underwriting Insurance Agency Srl – UIA Srl
N. iscrizione RUI A000068713

*Versione marzo 2021 Ultima
revisione marzo 2025*

<p>Oggetto e scopo del POG</p> 	<p>I) Stabilisce le regole di comportamento da adottare nell'esercizio dell'attività distributiva in conformità a:</p> <table border="1" data-bbox="391 241 1327 801"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"></td> </tr> <tr> <td>Reg. IVASS n. 45/2020</td> <td>Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi</td> </tr> <tr> <td>Reg. IVASS n. 40/2018</td> <td>Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020</td> </tr> <tr> <td>Reg. Delegato UE 2017/2358</td> <td>Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97</td> </tr> <tr> <td>Dir. Delegata UE 2017/593</td> <td>Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.</td> </tr> <tr> <td>Reg. Delegato UE 2017/565</td> <td>Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento</td> </tr> <tr> <td>D. lgs. N. 209/2005</td> <td>Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)</td> </tr> </table> <p>II) descrive i protocolli e le procedure che la rete di collaboratori dell'Intermediario deve seguire nella distribuzione di prodotti assicurativi al fine di¹:</p> <ul style="list-style-type: none"> - evitare ed attenuare il pregiudizio per il cliente; - supportare correttamente il conflitto di interessi; - garantire che gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti siano debitamente tenuti in considerazione. <p>III) Regolamenta i flussi informativi</p> <p>IV) Stabilisce i meccanismi di distribuzione ed i presidi necessari al rispetto di quanto disposto dall'art. 11 del Reg. IVASS n. 45/2020 coerenti con le dimensioni dell'intermediario e la complessità dell'attività svolta.</p> <p>Illustra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gli obiettivi della politica di distribuzione e di monitoraggio nel continuo dei prodotti al fine di tutelare l'interesse del cliente; - i compiti da svolgere ed il responsabile di tali compiti; - i processi e le procedure di segnalazione da utilizzare, anche con riferimento ai flussi informativi con la Mandante; - La modalità di comunicazione di qualsiasi fatto rilevante che possa essere di ostacolo all'adempimento dei rispettivi doveri. 			Reg. IVASS n. 45/2020	Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi	Reg. IVASS n. 40/2018	Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020	Reg. Delegato UE 2017/2358	Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97	Dir. Delegata UE 2017/593	Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.	Reg. Delegato UE 2017/565	Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento	D. lgs. N. 209/2005	Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)
															
Reg. IVASS n. 45/2020	Regolamento recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi														
Reg. IVASS n. 40/2018	Regolamento recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa così come modificato dal Provv. n. 97/2020														
Reg. Delegato UE 2017/2358	Regolamento IDD che integra Dir. UE 2016/97														
Dir. Delegata UE 2017/593	Regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.														
Reg. Delegato UE 2017/565	Requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento														
D. lgs. N. 209/2005	Codice delle assicurazioni private che ha recepito la Dir. UE 206/97 (IDD)														
<p>Destinatari</p> 	<p>Il presente documento è destinato all'intera rete distributiva dell'Intermediario. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'Intermediario; - i dipendenti e i collaboratori addetti all'attività di distribuzione, sia all'interno che all'esterno dei locali - gli addetti all'attività di distribuzione di cui i collaboratori si avvalgono; - i distributori che sottoscrivono con l'Intermediario collaborazioni ai sensi dell'art. 22, comma 10, d.l. 17972012 conv. in l. 221/2012 (c.d. 'collaborazioni A con A o A con B); 														

Legenda	
	Presidi adottati
	Evidenze

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


Il processo POG si applica:
a tutti i prodotti assicurativi,

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

Esso prevede obblighi sia in capo al produttore (la Mandante) che in capo al distributore (l'Intermediario scrivente).

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

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

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

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

Il documento si compone di tre sezioni:
Sezione I - Linee Guida in materia di distribuzione del prodotto assicurativo:

- Acquisizione e trasmissione delle informazioni ricevute dalla Mandante per comprendere le caratteristiche dei prodotti..... pag.3
- Strategia distributiva “ 4
 - o Prodotti distribuiti “ 4
 - o Meccanismi di distribuzione “ 4
 - o Valutazione del bisogno assicurativo..... “ 5
 - o La vendita con consulenza “ 7
- L'informativa precontrattuale..... “ 7
 - per la trasparenza e la concorrenza “ 7
 - per la conclusione del contratto in forma individuale..... “ 7
 - modalità di consegna dell'informativa “ 8
- Conservazione della documentazione “ 9

Sezione II - Linee Guida in materia di conflitto di interessi:

- Gestione del conflitto di interessi..... “ 10
 - o Misure di gestione dei conflitti “ 10

Sezione III – Monitoraggio “ 11

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

ACQUISIZIONE E TRASMISSIONE DELLE INFORMAZIONI RICEVUTE DALLA MANDANTE PER COMPRENDERE LE CARATTERISTICHE DEI PRODOTTI


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

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


L'Intermediario **verifica** che tra le **informazioni** fornite dalla Mandante vi siano:

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

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

<p>Presidio</p> 	<p>Quotidianamente <u>L'Intermediario personalmente e/ o un suo collaboratore,</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - analizza la circolare; - verifica che tali informazioni siano appropriate, chiare, complete e aggiornate; - invia/consegna copia a tutti i dipendenti/collaboratori/addetti della propria rete, che non abbiano autorizzazione all'accesso ai portali di Mandante, tracciando tale azione (raccogliendo firma per ricevuta sul documento cartaceo; richiedendo una e-mail per ricevuta in caso di invio digitale; ecc.); - avvisa i dipendenti/collaboratori/addetti della propria rete, che abbiano autorizzazione all'accesso ai portali di Mandante, di scaricare, stampare, leggere, comprendere e conservare la circolare, chiedendo conferma di tutto ciò a mezzo e-mail o altra dichiarazione scritta; - Valuta se indire una riunione al fine di illustrare la circolare ai destinatari del presente (dipendenti/collaboratori/addetti); - Per le circolari più complesse invia ai destinatari del presente documento una nota integrativa da consegnare alla rete distributiva; - conserva nel fascicolo di ogni prodotto traccia dell'attività svolta, in formato digitale e/o cartaceo.
--	--

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

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

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

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

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

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

STRATEGIA DISTRIBUTIVA

I PRODOTTI DISTRIBUITI

I prodotti assicurativi intermediati dall' Intermediario appartengono a due macrocategorie:

- **Danni,**
- **Vita Non IBIPs.**


Sono classificati prodotti Vita non IBIPs, i prodotti di Protezione, ovvero di "puro rischio", in forma individuale e collettiva, quali TCM – Temporanee Caso Morte.

MECCANISMI DI DISTRIBUZIONE

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

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

Qualora la rete distributiva constati che la strategia distributiva non sia idonea o presenti anomalie o ancora che il mercato di riferimento indicato dalla Mandante non risponda alle esigenze del cliente con il rischio di creare disallineamenti, l'Intermediario provvede a segnalare ciò alla Mandante⁴.

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

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

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

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

- **ampliare il target market negativo;**
- **specificano il target market positivo.**

Prima della distribuzione del prodotto l'Intermediario comunica alla mandante il mercato di riferimento effettivo⁵. Resta inteso che nel caso in cui i rispettivi mercati di riferimento (della Mandante e dell'Intermediario) coincidano **l'Intermediario non ha obbligo di comunicazione alla Mandante.**

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

⁴ Da effettuarsi in base all'accordo sottoscritto con la Mandante ai sensi dell'art. 13 del Reg. IVASS n. 45/2020 sulla regolamentazione dei flussi informativi.

⁵ Vedi nota 11.


**per tutti i
prodotti**

- le tipologie di clienti a cui è rivolto il prodotto;
- i rischi cui sono esposte le tipologie di clienti cui è rivolto il prodotto;
- le esigenze e gli obiettivi dei clienti cui è rivolto il prodotto;
- le caratteristiche del prodotto, con particolare riferimento alle garanzie e alle esclusioni e limitazioni delle garanzie;
- in relazione alla complessità del prodotto, il livello di conoscenza del cliente; l'età del cliente, il profilo occupazionale e la sua situazione familiare.

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

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


Nel caso in cui l'Intermediario individua un nuovo mercato di riferimento effettivo, anche rielaborando le indicazioni che gli provengono dalla rete, ne dà comunicazione alla Mandante⁶.

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

VALUTAZIONE DEL BISOGNO ASSICURATIVO

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

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

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

Prima di far sottoscrivere una proposta o, qualora non prevista, un contratto di assicurazione, è fatto obbligo a tutta la rete distributiva dell'Intermediario di **acquisire dal contraente le informazioni utili a valutare le sue richieste ed esigenze**⁷. Ciò in quanto è fatto obbligo a tutta la rete distributiva di proporre


⁶ Vedi nota 11.

⁷ Tanto in virtù del combinato disposto degli artt. 119 ter del CAP e dell'art. 58 del Reg. IVASS n. 40/2018.

contratti **coerenti** ⁸ con le richieste ed esigenze di coperture assicurative e previdenziali del contraente o dell'assicurato, ossia in grado di rispondere alle richieste rappresentate dal contraente e quindi idonei a soddisfare le relative esigenze.

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

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

Presidio 	Nell'adempiere all'obbligo gli addetti alle vendite devono verificare la rispondenza del prodotto assicurativo intermediato alle esigenze e ai bisogni del cliente attraverso la compilazione di questionari specifici. Nei questionari viene richiesta al Cliente qualsiasi informazione sia ritenuta necessaria al caso specifico, ferma l'acquisizione delle notizie sulle caratteristiche personali e sulle esigenze assicurative o previdenziali del contraente o dell'assicurato che includono, ove pertinente, specifici riferimenti: <ul style="list-style-type: none">- all'attività lavorativa professionale;- alla situazione finanziaria ed assicurativa;- alle aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e di durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del prodotto offerto. I questionari saranno posti a disposizione di tutta la rete distributiva su supporto informatico e/o cartaceo prima della commercializzazione del prodotto o per casi specifici prima dell'avviamento della trattativa e/o della conclusione della proposta, anche tenuto conto della specificità del caso concreto ⁹ .
--	--

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

Nel determinare la complessità del prodotto il sottoscritto Intermediario terrà conto:

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

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

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

La valutazione delle richieste ed esigenze è esclusa in caso di distribuzione che riguardi i grandi rischi¹⁰.


⁸ La normativa vigente non dice espressamente in cosa consista in concreto questa valutazione di coerenza, tuttavia per valutare la **coerenza** gli addetti alla vendita devono raccogliere dal contraente le informazioni necessarie identificare le sue necessità e bisogni assicurativi al fine di identificare la sua appartenenza al target market di riferimento.

⁹ L'Intermediario può consentire alla propria rete di utilizzare questionari di prodotto (POG) consigliati dalla Mandante ai fini della valutazione del mercato di riferimento, se ritenuti validi e sufficienti a consentire la valutazione delle esigenze assicurative del Cliente.

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

IL PROCESSO DI VENDITA CON CONSULENZA

Il processo di consulenza, da eseguire prima della conclusione del contratto, comporta che l'intermediario fornisca una **raccomandazione personalizzata**¹¹ o una **consulenza imparziale**¹² contenente i motivi per cui il contratto offerto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste ed esigenze del contraente medesimo.


Presidio 	<p>Ogni addetto deve essere autorizzato dall'Intermediario, in qualità di responsabile dell'attività di distribuzione, alla vendita con consulenza.</p> <p>Nella consulenza vanno evidenziati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il bisogno assicurativo del cliente - le richieste di copertura espresse dal cliente - il livello di conoscenza della materia assicurativa - le coperture proposte - per quali ragioni il prodotto offerto è da ritenere corrispondente alle esigenze assicurative del cliente - il confronto con eventuali coperture già sottoscritte dal cliente per soddisfare l'esigenza manifestata.
--	---

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

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

La consulenza va sottoscritta dal contraente e consegnata su supporto durevole¹³.

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

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

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE - PER LA TRASPARENZA E LA CONCORRENZA

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

- l'elenco della/e impresa/e con cui hanno rapporti d'affari;
- le informazioni di cui all'Allegato 3;
- l'elenco degli obblighi di cui all'Allegato 4-ter;
- informativa sulla procedura dei reclami.

INFORMATIVA PRECONTRATTUALE - PER LA CONCLUSIONE DEL CONTRATTO IN FORMA INDIVIDUALE

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

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

¹¹ "contenente i motivi per cui un particolare contratto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo" (art. 119 ter comma 3 CAP).

¹² "consulenze fondate su un'analisi imparziale e personale, lo stesso deve fondare tali consulenze sull'analisi di un numero sufficiente di contratti di assicurazione disponibili sul mercato, che gli consenta di formulare una raccomandazione personalizzata, secondo criteri professionali, in merito al contratto assicurativo adeguato a soddisfare le esigenze del contraente" (art. 119 ter comma 4 CAP).

¹³ si intende per "supporto durevole" (art.1, c. 1, lett. vv-quater del CAP): "qualsiasi strumento che: 1) permetta al contraente di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette, in modo che siano accessibili per la futura consultazione durante un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni stesse; e 2) consenta la riproduzione inalterata delle informazioni memorizzate."

Danni (escluso Auto e Vita)	Vita non IBIPs	Prodotti multirischio Danni e Vita
Nota informativa del prodotto		
DIP danni	DIP vita	DIP danni
DIP aggiuntivo	DIP aggiuntivo vita	DIP vita
		DIP Aggiuntivo
Allegato 4 (prima della sottoscrizione della proposta o, in assenza, di contratto) ¹⁴		
Allegato 3 (prima della sottoscrizione di una proposta o, se non prevista, della conclusione di un contratto o, in ipotesi di stipula di nuovo contratto o di rinnovo, solo in caso di successive modifiche di rilievo delle informazioni contenute) ¹⁵		
Allegato 4 <i>ter</i> (da consegnare/trasmettere in caso di offerta fuori sede e vendita a distanza) ¹⁶		

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

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

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

MODALITÀ DI CONSEGNA DELL'INFORMATIVA

Tutta l'informativa deve essere fornita:


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

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

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

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

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

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


L'obbligo di consegna della documentazione potrà considerarsi adempiuto quando la mail inviata risulterà correttamente inoltrata all'indirizzo comunicato dal cliente: sarà necessario, quindi, monitorare l'eventuale

¹⁴ **Allegato 4**, "Informazioni sulla distribuzione del prodotto assicurativo non-IBIP", da consegnare/trasmettere prima della sottoscrizione di ciascuna proposta o, qualora non prevista, della conclusione di ciascun contratto.

¹⁵ **Allegato 3** - "Informativa sul distributore", da consegnare o trasmettere, prima della sottoscrizione di una proposta o, se non prevista, della conclusione di un contratto o, in ipotesi di stipula di nuovo contratto o di rinnovo, solo in caso di successive modifiche di rilievo delle informazioni contenute.

¹⁶ **Allegato 4 ter** "Elenco delle regole di comportamento del distributore" da consegnare/trasmettere in caso di offerta fuori sede e vendita a distanza.


esito negativo dell'invio e, in mancanza, conservare prova dell'invio stesso.

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

CONSERVAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

L'Intermediario ¹⁷ conserva:

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

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

L'archiviazione e la conservazione della documentazione di cui sopra può avvenire anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o **digitali**, o in altra forma tecnica equivalente¹⁸.

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

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

Tuttavia gli obblighi di conservazione dei documenti richiamati alle lettere b) e c) dell'elenco, vengono meno, in caso di cessazione del rapporto, con la riconsegna all'impresa della documentazione stessa.

¹⁷ Per sé, la sua organizzazione e per l'intermediario a titolo accessorio del quale eventualmente si avvalga.

¹⁸ Il tutto nel rispetto delle disposizioni di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 e successive modificazioni e integrazioni, purché le procedure e le modalità di archiviazione e conservazione adottate siano idonee a garantire l'ordinata tenuta e gestione della documentazione.

Sezione II - Linee guida in materia di conflitti di interesse

GESTIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE



Tutta la rete distributiva dell'Intermediario opera con **equità, onestà e professionalità, correttezza e trasparenza nel migliore interesse dei clienti** e mantiene e applica i presidi organizzativi e amministrativi efficaci al fine di adottare tutte le misure ragionevoli volte ad evitare che i conflitti di interesse incidano negativamente sugli interessi dei propri clienti. **Tali disposizioni sono proporzionate alle attività svolte, ai prodotti assicurativi venduti e al tipo di Distributore.** Di volta in volta e caso per caso potrà essere necessario integrare le misure ove ciò sia richiesto dalla complessità dell'attività da svolgere in relazione al prodotto assicurativo da vendere.

Con il presente documento l'Intermediario individua le misure idonee ad identificare i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra l'Intermediario, soci, responsabili dell'attività di intermediazione, dipendenti e collaboratori, o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di qualsiasi attività di distribuzione.


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

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

MISURE DI GESTIONE DI CONFLITTO

<p>Presidio</p> 	<p>Prodotti Danni</p> <p>Nell'offerta e nella gestione di contratti l'Intermediario:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) si astiene dall'assumere, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o di affari, propri o delle società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di intermediario del relativo contratto in forma individuale o collettiva; b) propone contratti e suggerisce modifiche contrattuali o altre operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura dei contratti e delle operazioni stesse; c) opera al fine di contenere i costi a carico dei contraenti ed ottenere il miglior risultato possibile in relazione agli obiettivi assicurativi; d) si astiene dal proporre variazioni contrattuali e dal suggerire operazioni con frequenza non necessaria alla realizzazione degli obiettivi assicurativi; e) si astiene da ogni comportamento che possa avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri; f) non riceve un compenso e non offre un compenso ai propri dipendenti e non ne valuta le prestazioni in modo contrario al dovere di agire nel migliore interesse dei contraenti; g) non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stessa o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale intermediario possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del cliente; h) rispetto alla specifica attività distributiva, identifica le circostanze che generano o potrebbero generare un conflitto di interesse che possa ledere gli interessi di uno o più clienti...
<p>Presidio</p> 	<p>Prodotti Vita non IBIPs</p> <p>Nell'offerta e nella gestione di contratti Vita, l'Intermediario:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) si astiene dall'assumere contemporaneamente, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o di affari, propri o delle società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di intermediario del relativo contratto in forma individuale o collettiva; b) propone contratti e suggerisce modifiche contrattuali o altre operazioni nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura dei contratti e delle operazioni stesse; c) opera al fine di contenere i costi a carico dei contraenti ed ottenere il miglior risultato possibile in relazione agli obiettivi assicurativi; d) si astiene dal proporre variazioni contrattuali e dal suggerire operazioni con frequenza non necessaria alla realizzazione degli obiettivi assicurativi; e) si astiene da ogni comportamento che possa avvantaggiare alcuni clienti a danno di altri; f) non riceve un compenso e non offre un compenso ai propri dipendenti e non ne valuta le prestazioni

	<p>in modo contrario al dovere di agire nel migliore interesse dei contraenti;</p> <p>g) non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare se stessa o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale intermediario possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del cliente;</p> <p>h) rispetto alla specifica attività distributiva, identifica le circostanze che generano o potrebbero generare un conflitto di interesse che possa ledere gli interessi di uno o più clienti.</p>
--	--

Rischi	tipologia	Probabilità	Gravità	Azione
	Conflitto di interessi rami danni	Basso	Basso	Adozione di sistemi di controllo che subordinano l'emissione del contratto alla compilazione del questionario.
	Conflitto di interessi rami vita	Basso	Medio	

SEZIONE III - Monitoraggio

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

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

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

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

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

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

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

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

Evidenzia i pregiudizi per la clientela riscontrati nella vendita del prodotto e ne descrive la natura.

Stabilisce le modifiche ai meccanismi distributivi segnalandoli alla Mandante.

Revisiona e aggiorna, almeno annualmente, il presente documento.

Il presente documento composto di 11 pagine è stato approvato dall'Intermediario in persona del responsabile per la distribuzione assicurativa che è altresì responsabile della definizione, attuazione e revisioni del presente documento, dei meccanismi di distribuzione, dei protocolli e procedure di monitoraggio nonché del suo continuo e fedele rispetto. E produce effetti immediati. Con la sottoscrizione tutti i destinatari ne prendono visione e dichiarano di averne ricevuto copia, compreso ed accettato il contenuto.

Data 26/03/2025

Firma dell'Intermediario

