

MAIDA ANTONIO
CORSO GARIBALDI 229/A - 88049 SOVERIA MANNELLI (CZ)
A000000193 del 01-02-2007


Governo e Controllo del Prodotto

Product Oversight Governance - POG

(in accordo al Regolamento IVASS 45/20)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione
2	09.01.2023	Recepimento Reg. Del. UE 2021/1257 in materia di integrazione dei fattori di sostenibilità. Aggiornamento annuale.
1	14.01.2022	Recepimento FAQ IVASS in materia di conferma del mercato di riferimento e analisi incentivi nel riesame schede POG. Integrato nel documento la Valutazione dei rischi.
0.3	15.09.2021	Focalizzazione procedura al solo POG e semplificazione distribuzione schede tecniche POG
0.2	15.01.2021	Recepimento Reg. IVASS 45/20 e Provv. 97/20
0.1	01.09.2019	Estensione a tutti i prodotti assicurativi con analisi del rischio
0	23.08.2019	Prima bozza di definizione del meccanismo di distribuzione in delegato UE 2017/2358

Steso e verificato da <i>Addetto Revisione Interna</i>	ing. Francesco Netti	
Approvato da <i>Delegati Assicurativi</i>	Cognome MAIDA	Nome ANTONIO Firma _____

© Riproduzione riservata

1. Sommario

- 1 Sommario
- 2 Elenco sotto-procedure
- 3 Normativa di riferimento
- 4 Termini e definizioni
- 5 Obiettivo
- 6 Ambito di applicazione
- 7 Processo di approvazione dei prodotti
- 7.1 Attività del produttore
- 7.2 Attività del distributore
- 8 Meccanismo di distribuzione dei prodotti assicurativi
- 9 Sistemi interni di controllo
- 10 Rapporti di collaborazione
- 11 Allegati
- 12 Riservatezza

2. Elenco sotto-procedure

PRO 7.2	rev 4 del 09.01.23	Gestione e controllo rete	Reg. IVASS 40/18	Pagina 19
PRO 8.2	rev 2 del 09.01.23	Promozione e trasparenza	Reg. IVASS 41/18	Pagina 24
PRO 8.5	rev 2 del 09.01.23	Meccanismi di Distribuzione prodotti assicurativi	Reg. IVASS 40/18	Pagina 31
PRO 8.5.1	rev 1 del 09.01.23	Vendita a distanza	Reg. IVASS 40/18	Pagina 42
PRO 8.5.2	rev 0 del 09.01.23	Vendita con consulenza	Reg. IVASS 40/18	Pagina 50
PRO 8.5.3	rev 1 del 09.01.23	Vendita mediante collaborazioni	Reg. IVASS 40/18	Pagina 57
PRO 8.7	rev 3 del 09.01.23	Distribuzione prodotti IBIPs	Reg. IVASS 40/18 Reg. UE 2017/2359	Pagina 61
PRO 8.8	rev 2 del 09.01.23	Policy in materia di conflitti di interesse	Reg. IVASS 40/18 Reg. UE 2017/2359	Pagina 70
PRO 8.9	rev 1 del 09.01.23	Policy in materia di incentivi	Reg. IVASS 40/18 Reg. UE 2017/2359	Pagina 79
PRO 10.2	rev 1 del 09.01.23	Gestione reclami	Reg. ISVAP 24/08	Pagina 90

3. Normativa di riferimento

Regolamento Delegato UE 2017/2358

della Commissione del 21 settembre 2017 che integra la direttiva (UE) 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i requisiti in materia di governo e controllo del prodotto per le imprese di assicurazione e i distributori di prodotti assicurativi.

Regolamento IVASS 45/20

recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi ai sensi del Decreto Legislativo 7 settembre 2005, n. 209 - Codice delle Assicurazioni Private e successive modifiche e integrazioni.

4. Termini e definizioni

“POG”: Acronimo in inglese del Governo e Controllo del Prodotto

“Rete”: l’insieme dei dipendenti e dei collaboratori di agenzia che svolgono l’attività di distribuzione assicurativa.

“Codice”: il decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, e successive modificazioni e integrazioni, recante il Codice delle Assicurazioni Private.

“Contraente” o “cliente”: la persona fisica o giuridica in favore della quale un distributore svolge attività di distribuzione assicurativa.

“Distribuzione assicurativa”: le attività consistenti nel fornire consulenza in materia di contratti di assicurazione, proporre contratti di assicurazione o compiere altri atti preparatori relativi alla loro conclusione, concludere tali contratti ovvero collaborare, segnatamente in caso di sinistri, alla loro gestione ed esecuzione, inclusa la fornitura di informazioni relativamente a uno o più contratti di assicurazione sulla base di criteri scelti dal cliente tramite un sito internet o altri mezzi e la predisposizione di una classifica di prodotti assicurativi, compreso il confronto tra prezzi e tra prodotti o lo sconto sul premio di un contratto di assicurazione, se il cliente è in grado di stipulare direttamente o indirettamente un contratto di assicurazione tramite un sito internet o altri mezzi.

“Responsabile di Prodotto”: persona designata alla valutazione delle schede tecniche di prodotto POG; ove non indicato esplicitamente sull’organigramma, coincide con il delegato assicurativo.

5. Obiettivo

Stabilire norme riguardanti:

- **Il processo di approvazione del prodotto**

Definire i coinvolgimenti dell’agenzia in materia di adozione, gestione e controllo dei meccanismi di governo e controllo del prodotto per i prodotti assicurativi prima che tali prodotti siano immessi sul mercato o distribuiti ai clienti.

- **I meccanismi di distribuzione del prodotto**

Stabilire le modalità di distribuzione dei prodotti assicurativi.

- **Il piano controlli in materia POG**

Identificare i controlli da adottare in ogni attività al fine di garantire la conformità alle normative.

- **L’analisi dei rischi in materia POG**

Analizzare il rischio di non rispetto delle normative di riferimento al fine di individuare azioni per la sua riduzione

6. Ambito di applicazione

Si applica a tutti i prodotti assicurativi (ramo danni, ramo vita e prodotti assicurativi di investimento IBIP) emessi o modificati dal 1° ottobre 2018. Sono esclusi i prodotti rientranti nei grandi rischi.

La personalizzazione e l'adeguamento dei prodotti assicurativi esistenti nell'ambito delle attività di distribuzione assicurativa per i clienti individuali, nonché la progettazione di contratti su misura sulla base delle richieste di un singolo cliente, non rientrano nella definizione di realizzazione di prodotti assicurativi.

Principio di proporzionalità

Le misure in materia di governo e controllo del prodotto sono scelte e applicate in misura proporzionata e adeguata, 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 pertinente del soggetto che realizza prodotti assicurativi o del distributore. Per proporzionalità si intende che tali misure sono relativamente semplici per i prodotti diretti e non complessi che sono compatibili con le esigenze e le caratteristiche del mercato al dettaglio di massa, compresi gli attuali prodotti assicurativi non-vita con portata limitata e di facile comprensione. Allo stesso tempo sono adottate misure più rigorose nel caso di prodotti più complessi con elevato rischio di pregiudizio per il consumatore, compresi i prodotti di investimento assicurativi complessi

Valutazione rischio e classificazione dei prodotti:

Tipo prodotti	Valutazione	Livello di complessità delle misure
RAMO DANNI	Mercato al dettaglio di massa con prodotti standardizzati in materia di esigenze e caratteristiche, con rischio pregiudizio basso	semplici
RAMO VITA	Prodotti con portata limitata e di facile comprensione, con rischio di pregiudizio contenuto.	semplici
IBIPs	Elevato rischio di pregiudizio del cliente per prodotti complessi e di non facile comprensione	rigorose
Grandi rischi	Esclusi dall'ambito di applicazione della presente procedura	-

7. Processo di approvazione dei prodotti

L'agenzia non è individuata come *produttore di fatto*, in quanto non interviene su alcun prodotto, in alcuna decisione autonoma in materia di caratteristiche essenziali e sugli elementi principali di un prodotto assicurativo, compresi la copertura, i costi, i rischi, il mercato di riferimento, i diritti di risarcimento o di garanzia.

Qualora l'intermediario sia identificato come *produttore di fatto*, sarà necessario stabilire tramite un **Accordo** scritto con la compagnia chi fa che cosa.

Il processo di approvazione dei prodotti è quindi svolto dalle sole compagnie mandanti, che assumono il ruolo di **PRODUTTORE**, mentre l'agenzia assume quindi il solo ruolo di **DISTRIBUTORE**.

Le attività legate al semplice adeguamento degli esistenti prodotti assicurativi, compresi i casi in cui l'intermediario può scegliere tra diverse varianti di un prodotto, diverse clausole contrattuali o opzioni o può concordare con il cliente premi o tariffe scontati, non sono considerate come inerenti alla realizzazione poiché in tali casi le decisioni principali sulla progettazione e sullo sviluppo del prodotto vengono prese dall'impresa di assicurazione e non dall'intermediario assicurativo.

7.1 Attività del produttore

Le attività svolte dall'impresa di assicurazione in fase di realizzazione di un nuovo prodotto assicurativo sono:

- a. Identificare un mercato di riferimento
- b. Svolgere il processo di approvazione del prodotto
- c. Svolgere test del prodotto
- d. Scegliere il canale distributivo
- e. Svolgere monitoraggio e revisione
- f. Concordare flussi informativi

L'impresa di assicurazione, in qualità di produttore, fornisce quindi i seguenti elementi:

- Schede tecniche POG

È il documento che spiega, per ogni prodotto, le scelte effettuate in materia di mercato di riferimento e strategie di distribuzione, individuando le esigenze, le caratteristiche, gli obiettivi del cliente, compresi eventuali obiettivi legati alla sostenibilità.

- Accordo POG

È il documento che definisce la direzione, il contenuto, la periodicità, la modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle rispettive attività e necessarie per adempiere ai rispettivi obblighi del produttore e del distributore.

Copia dell'Accordo sottoscritto è conservato nel fascicolo compliance.

L'identificazione dei flussi informativi di cui all'Accordo POG:

- 1) è finalizzata a guidare il distributore nella conoscenza del prodotto e ad assicurare che la distribuzione sia rivolta a clienti appartenenti al mercato di riferimento;
- 2) è finalizzata a favorire l'adempimento da parte dell'agenzia dell'obbligo di informare prontamente l'impresa qualora acquisiscano consapevolezza del fatto che un prodotto assicurativo non sia in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o del fatto che altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno al cliente;
- 3) è soggetta a revisione periodica;
- 4) favorisce l'esercizio dell'azione di vigilanza da parte delle Autorità di vigilanza competenti.

7.2 Attività del distributore

Le attività da svolgere come distributore sono:

- *Tenuta sotto controllo delle informazioni provenienti dalle imprese*
Ogni giorno, l'agente o un suo incaricato accede al portale dell'impresa di assicurazioni al fine di verificare l'uscita di *circolari* indicanti nuovi prodotti assicurativi e relative Schede tecniche POG; può essere segnalato anche tramite e-mail da parte dell'impresa l'uscita del nuovo prodotto.
In caso di nuova circolare, questa viene inviata al Responsabile di Prodotto.
- *Riesame schede tecniche POG*
L'agente provvede, ove non previsto dalla procedura indicata nell'Accordo POG, a:
 - o bloccare la distribuzione del prodotto modificato in caso di utilizzo di questionari di agenzia, fino a riesame avvenuto, mediante comunicazione alla rete e ritiro del file questionario dall'area cloud.
 - o compilare il documento *P8.5ALL01 "Riesame Schede tecniche POG"*:
 - SEZIONE I: Riesaminare la circolare, al fine di verificare la presenza di tutte le informazioni necessarie alla distribuzione, in particolare identificazione del mercato di riferimento positivo e negativo;
In tale fase, è necessario inoltre valutare, in caso di Prodotti Assicurativi di Investimento la presenza di eventuali obiettivi legati alla sostenibilità e se costi, commissioni ed eventuali incentivi percepiti siano proporzionati al beneficio per il contraente.
 - SEZIONE II: Definire il mercato di riferimento effettivo, cioè il mercato di riferimento scelto dall'intermediario/distributore, indicando eventualmente se questo corrisponde al mercato di riferimento proposto dal produttore.
 - SEZIONE III: Definire la strategia di distribuzione specifica, cioè a quali tipologie di intermediari (agente, dipendenti, collaboratori, broker, collaborazioni orizzontali) far distribuire il prodotto, indicando eventualmente se questa corrisponde alle strategie di distribuzione proposte dal produttore.
 - SEZIONE IV: Scegliere il metodo di verifica appartenenza al mercato di riferimento, tra:
 - o Questionari e algoritmi predisposti dal produttore
 - o Questionari del distributoreIn tal caso, è necessario confermare che il questionario dell'intermediario predisposto è in grado di identificare il mercato di riferimento, allegandone una copia.
Occorre poi fornire, se predisposto uno di agenzia, alla rete il questionario con stato di revisione.
 - SEZIONE V: Diffusione delle informazioni alla rete
Copia delle circolari e delle scelte di distribuzione sono inviate alla rete tramite i sistemi di comunicazione interni scelti ed indicati in sezione V.
Completato il documento, l'agente firma il documento e lo conserva nell'archivio Compliance.

Il mercato di riferimento effettivo scelto va comunicato all'impresa, secondo le modalità definite nell'accordo POG. Tale comunicazione può essere omessa quando il mercato di riferimento effettivo scelto dall'agenzia coincida con il mercato di riferimento del produttore.

Per i prodotti più semplici e che sono gestiti tutti con gli stessi criteri, il documento *P8.5ALL01 "Riesame Schede tecniche POG"* può essere compilato riepilogativo di tutti i prodotti emessi dal produttore, elencando denominazione prodotto e circolare di emissione.

Per i prodotti ramo danni e vita, quindi semplici, qualora siano utilizzati i questionari di compagnia per la verifica del mercato di riferimento, tenendo conto dell'obbligo formativo prima della distribuzione, che avviene con i gestionali di compagnia, con relativo controllo, le schede tecniche POG possono quindi essere inviate alla rete (dipendenti e collaboratori) tramite e-mail con il seguente contenuto (allegato in copia la scheda tecnica POG fornita dall'impresa):

Oggetto:

Nuovo prodotto XXX

Testo:

Con la presente, siamo a segnalarvi che la compagnia ha emesso il nuovo prodotto in oggetto.

L'agenzia ha confermato che il proprio mercato di riferimento effettivo coincide con quello proposto dalla compagnia.

Prima della sua distribuzione, è obbligatorio svolgere il corso di formazione predisposto dalla compagnia stessa.

Si ricorda che è fatto divieto di distribuire prodotti assicurativi senza aver svolto il relativo corso.

Al fine di garantire la corretta distribuzione dei prodotti all'interno del mercato di riferimento, è inoltre necessario compilare i questionari predisposti che verranno allegati insieme alla polizza.

Per le collaborazioni orizzontali, è possibile invece inviare la seguente e-mail.

Oggetto:

Nuovo prodotto XXX

Testo:

Con la presente, siamo a segnalarvi che la compagnia ha emesso il nuovo prodotto in oggetto.

L'agenzia ha confermato che il proprio mercato di riferimento effettivo coincide con quello proposto dalla compagnia.

Si ritiene che il mercato di riferimento effettivo scelto dall'intermediario proponente coincida con quello scelto dall'agenzia, salvo diversa comunicazione da inoltrarci in risposta alla presente e-mail entro e non oltre 15 giorni dalla data di ricezione della presente email.

Al fine di garantire la corretta distribuzione dei prodotti all'interno del mercato di riferimento, è inoltre necessario compilare i questionari predisposti dalla compagnia che verranno forniti insieme alla polizza.

Nel caso delle collaborazioni orizzontali, specie per quelle che non hanno grossi volumi distributivi, è possibile in alternativa utilizzare la procedura

PRO 8.5.3 Vendita mediante collaborazioni orizzontali

che, in sostanza, permette di inviare le schede tecniche POG solo in fase di richiesta di quotazione.

In tal caso, la procedura *PRO 8.5.3 Vendita mediante collaborazioni orizzontali* è inviata a tutte le collaborazioni per sottoscrizione, come appendice all'accordo di collaborazione sottoscritto.

- Monitoraggio della distribuzione

L'agenzia, in coerenza con quanto definito nell'Accordo POG sottoscritto, provvede regolarmente ad:

- acquisire dalla propria rete informazioni di ritorno sulla distribuzione e comunicarle al produttore, con le modalità stabilite nell'accordo sui flussi informativi o, ove non specificato, mediante i tradizionali canali di comunicazione via pec/e-mail.
- acquisire dal produttore le informazioni critiche derivante dal monitoraggio della distribuzione del prodotto e comunicarle alla propria rete.

Annualmente, ove non prevista altra modalità nell'Accordo POG sottoscritto, inoltre, l'agenzia riepiloga sul documento *P8.5ALL01 "Riesame Schede tecniche POG"* alla sezione VI l'andamento complessivo della distribuzione dei prodotti, allegando eventuali informative inoltrate al produttore.

8. Meccanismo di distribuzione dei prodotti assicurativi

L'agenzia, in coerenza con quanto indicato nella procedura:

PRO 8.5 Distribuzione prodotti assicurativi

e nelle relative procedure specifiche:

PRO 8.6 Policy antiriciclaggio
PRO 8.7 Distribuzione prodotti IBIPs

ed in coerenza con le istruzioni operative dell'impresa mandante:

- 1) acquisisce le necessarie informazioni inerente al cliente;
- 2) valuta, anche avvalendosi dei sistemi informatici dell'impresa, quali prodotti hanno un mercato di riferimento compatibile con il profilo del cliente;
- 3) distribuisce al cliente solo i prodotti rientranti nel mercato di riferimento positivo individuato dall'impresa, non distribuendo i prodotti rientranti nel mercato di riferimento negativo individuato dall'impresa.
- 4) distribuisce al cliente i prodotti non rientranti nel mercato di riferimento positivo solo se:
 - a. non rientra nel mercato di riferimento negativo,
 - b. i prodotti corrispondono alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, sono adeguati.
- 5) distribuisce al cliente i prodotti IBIPs non rientranti nel mercato di riferimento positivo solo se:
 - a. non rientra nel mercato di riferimento negativo,
 - b. i prodotti corrispondono alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e siano adeguati e appropriati; i prodotti proposti inoltre garantiscono che gli interessi, le caratteristiche e gli obiettivi dei clienti, compresi eventuali obiettivi legati alla sostenibilità, siano debitamente tenuti in considerazione.

anche quando la distribuzione è effettuata per il tramite di rapporti di collaborazione orizzontale.

Nei casi 4) e 5) l'agenzia comunica all'impresa che la distribuzione è avvenuta fuori mercato di riferimento, con le modalità definite nell'Accordo POG.

Al fine di individuare il momento in cui il prodotto non risponda più agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento individuato dal produttore, nonché alle altre circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio per il cliente, sono effettuate verifiche periodiche durante l'anno ed in coerenza con quanto definito nell'Accordo POG.

9. Sistemi interni di controllo

L'agenzia:

- 1) Monitora i rischi di mancato adempimento degli obblighi previsti dai regolamenti POG nel documento:
ALLEGATO 1 "Analisi dei rischi POG"
- 2) definisce nel documento "Piano controlli" le misure idonee a ridurre il rischio di mancato adempimento POG;
- 3) effettua audit interni al fine di verificare la correttezza ed efficacia dei meccanismi distributivi definiti nella presente procedura, evidenziandone eventuali criticità;
- 4) assicura la completezza dei flussi informativi previsti dalla normativa.

Il contenuto della documentazione prodotta, e le scelte operative, sono coerenti con la dimensione dell'agenzia e la complessità dell'attività svolta.

Tale documentazione, insieme alla presente procedura, è messa a disposizione dell'IVASS, su richiesta di quest'ultimo.

10. Rapporti di collaborazione

Con riferimento agli addetti, dipendenti e collaboratori, l'agenzia:

- a) fornisce ai collaboratori iscritti in E le informazioni relative al mercato di riferimento e alla strategia distributiva adottata dall'agenzia mediante invio della scheda tecnica POG, come indicato al punto 5.2;
- b) richiede agli addetti e collaboratori tramite l'e-mail agenziale le informazioni acquisite sul mercato di riferimento;
- c) verifica per il tramite dei sistemi informatici messi a disposizione dell'impresa mandante che l'attività di distribuzione effettuata dagli addetti e dai collaboratori sia coerente con il mercato di riferimento e con la strategia di distribuzione adottata dal produttore e dall'agenzia.

Con riferimento alle collaborazioni orizzontali con broker, l'agenzia è responsabile in modo congiunto con il broker. Al fine di impedirne violazione degli obblighi in materia POG, viene richiesto al broker la compilazione del questionario necessario a valutare l'appartenenza del mercato di riferimento positivo.

Con riferimento alle collaborazioni orizzontali con altri agenti e broker non ratificati, la procedura:

8.5.3 Vendita mediante collaborazioni orizzontali

assicura che:

- a) le informazioni relative ai prodotti assicurativi ricevute dal produttore siano trasmesse dall'agenzia a tutti gli intermediari proponenti;
- b) le definizioni del mercato di riferimento effettivo e del mercato di riferimento negativo effettivo siano comunicate prima della relativa distribuzione dall'agenzia all'intermediario proponente, dal proponente all'agenzia e dall'agenzia all'impresa.
- c) mediante l'obbligo di compilazione del questionario dell'impresa idoneo a valutare l'appartenenza al mercato di riferimento, l'impresa può ottenere le informazioni sulla distribuzione dei prodotti assicurativi necessarie ad adempiere agli obblighi previsti dai regolamenti, con particolare riferimento alle vendite che non appartengono al mercato di riferimento.

11. Allegati

Allegato 1: Valutazione rischi POG

12. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

ALLEGATO 1

Valutazione rischio **Governo e controllo del prodotto**

(art. 15 comma 1 Regolamento IVASS 45/20)

Ruolo dell'agenzia

L'agenzia si configura come *distributore* di prodotti assicurativi, emessi, in qualità di produttori, dalle imprese mandanti.

L'agenzia non assume o ha mai assunto in alcun prodotto un ruolo decisionale autonomo in materia di caratteristiche essenziali ed elementi principali, né la relativa copertura, tariffe, costi, mercato di riferimento, diritti di risarcimento o di garanzia.

L'agenzia non assume quindi il ruolo di "*Produttore di fatto*", o soggetto che realizza prodotti assicurativi come previsto dall'art. 3 del Regolamento Delegato UE 2017/2358.

Flussi informativi

In accordo all'art. 10 comma 1 del Regolamento IVASS 45/20, il distributore ha identificato con il produttore/impresa di assicurazione, tramite accordo scritto, la direzione, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle rispettive attività e necessarie per adempiere ai rispettivi ruoli.

L'addetto che acquisisce la consapevolezza del fatto che un prodotto assicurativo non sia in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o del fatto che altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno al cliente informano prontamente l'impresa di assicurazione, per il tramite dell'agente, che provvede eventualmente a modificare la sua strategia di distribuzione per quel prodotto assicurativo.

Meccanismi di distribuzione del prodotto

Secondo quanto indicato dall'art. 2 Del Regolamento UE 2017/2358, l'agenzia deve predisporre misure proporzionate al fine di:

- evitare ed attenuare il pregiudizio per il cliente
- gestire correttamente i conflitti di interesse
- prendere debitamente in considerazione gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti

Le **misure** adottate devono essere scelte e applicate in misura proporzionata e adeguata a seconda:

- della complessità del prodotto
- del livello di informazioni pubblicamente disponibili che possono essere ottenute.

tenendo conto:

- della natura del prodotto assicurativo
- del rischio di pregiudizio del consumatore ad esso connesso
- delle caratteristiche del mercato di riferimento
- della natura, portata e complessità dell'attività pertinente del distributore

Di seguito, sono indicate le misure attuate per tipologia di prodotto, diviso per ramo.

PRODOTTI RAMO DANNI

Complessità del prodotto:

I prodotti ramo danni sono prodotti diretti relativamente semplici e non complessi, che sono compatibili con le esigenze e le caratteristiche del mercato al dettaglio di massa.

Livello di informazione pubblicamente disponibile:

I prodotti sono dotati di fascicoli informativi resi disponibili dalle imprese mandanti tramite sito internet.

Natura del prodotto:

I prodotti rami danni nascono da obblighi di legge o esigenze primarie.

Rischio di pregiudizio del consumatore:

Il rischio di pregiudizio del contraente è basso.

Caratteristiche del mercato di riferimento:

I mercati di riferimento dei prodotti ramo danni non hanno vincoli particolari.

Natura, portata e complessità dell'attività pertinente del distributore:

L'agenzia ha una caratteristica imprenditoriale di tipo professionale tradizionale, con il contatto diretto con il contraente.

La distribuzione dei prodotti assicurativi avviene tramite sistemi informatici delle imprese mandanti, che forniscono anche tutte le sequenze decisionali per distribuire i prodotti in conformità al mercato di riferimento scelto.

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Evitare ed attenuare il pregiudizio del contraente	1) Mercato di riferimento Il prodotto viene distribuito a contraenti appartenenti al mercato di riferimento con profili di rischio di pregiudizio adeguati al prodotto offerto.	Elaborata procedura POG che prevede, in fase di distribuzione, l'emissione dei prodotti ai soli contraenti appartenenti al mercato di riferimento mediante acquisizione di informazioni con utilizzo dei questionari predisposti	
	2) Trasparenza e consulenza Tramite le schede tecniche POG fornite dal produttore, e con la consegna del DIP / DIP aggiuntivo, sono fornite al contraente tutte le informazioni necessarie ad evitare ed attenuare il rischio di pregiudizio del contraente	Elaborata procedura POG comprensiva di: - Gestione schede tecniche POG - Consegna DIP al contraente nell'attività precontrattuale	
	3) Monitoraggio del prodotto Mediante le attività previste nei flussi informativi con l'impresa, sono fornite le informazioni per migliorare il prodotto e il mercato di riferimento	Sono attuate le azioni previste nei flussi informativi concordate con la compagnia	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
	Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Gestire correttamente i conflitti d'interesse	Informativa precontrattuale	Elaborata procedura PRO 8.8 in materia di conflitti di interesse	
	Limitazioni alla contemporanea qualifica di intermediario e beneficiario	Elaborata procedura PRO 8.8 in materia di conflitti di interesse	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità BASSO	Gravità BASSO	Rischio BASSO
	Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie		

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Prendere debitamente in considerazione gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti	1) Mercato di riferimento Creazione di individui con obiettivi, interessi e caratteristiche comuni e distribuzione di prodotti coerenti con tale mercato	Elaborata Valutazione rischio conflitti d'interesse (PRO 8.8) Introdotti controlli come da valutazione.	
	2) Valutazione coerenza tramite analisi delle esigenze e richieste Utilizzo di questionari per analizzare le esigenze e le richieste dei contraenti per offrire prodotti coerenti	Elaborata procedura PRO 8.5 comprensiva di: - utilizzo questionari di analisi delle esigenze e delle richieste del contraente - Processi di valutazione adeguatezza	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità BASSO	Gravità BASSO	Rischio BASSO
	Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie		

PRODOTTI RAMO VITA

Complessità del prodotto:

I prodotti ramo vita sono prodotti diretti comunque semplici e non complessi, che sono compatibili con le esigenze e le caratteristiche del mercato al dettaglio di massa.

Livello di informazione pubblicamente disponibile:

I prodotti sono dotati di fascicoli informativi resi disponibili dalle imprese mandanti tramite sito internet.

Natura del prodotto:

I prodotti rami vita nascono da esigenze di tipo volontario.

Rischio di pregiudizio del consumatore:

Il rischio di pregiudizio del contraente è MEDIO, tenuto conto che non tutti i contraenti possono avere le conoscenze di base per valutare tali prodotti.

Caratteristiche del mercato di riferimento:

I mercati di riferimento dei prodotti ramo vita hanno vincoli particolari, in funzione della propensione al rischio di investimento e altri fattori identificati.

Natura, portata e complessità dell'attività pertinente del distributore:

L'agenzia ha una caratteristica imprenditoriale di tipo professionale tradizionale, con il contatto diretto con il contraente.

La distribuzione dei prodotti assicurativi avviene tramite sistemi informatici delle imprese mandanti, che forniscono anche tutte le sequenze decisionali per distribuire i prodotti in conformità al mercato di riferimento scelto.

Le misure attuate successivamente indicate, sono quindi quelle aggiuntive rispetto ai prodotti ramo danni.

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Evitare ed attenuare il pregiudizio del contraente	1) Adeguata verifica della clientela Il prodotto viene emesso ai contraenti che rientrano nei profili definiti, mediante sistemi informatici di compagnia che attuano controlli automatici che impediscono l'emissione in caso di non coerenza.	Predisposizione Procedura PRO 8.6 che prevede, per i prodotti vita, lo svolgimento delle attività previste dalla compagnia.	
	2) Consulenza professionale Il Broker valuta, sulla base delle capacità individuali, i collaboratori che possono emettere prodotti vita, in grado di spiegare meglio le caratteristiche	Predisposizione procedura PRO 8.6 che prevede elenco dei collaboratori abilitati all'emissione di prodotti vita.	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	MEDIO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie	

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Gestire correttamente i conflitti d'interesse	Nessuna azione aggiuntiva oltre a quelle previste per i rami danni.	-	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie	

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Prendere debitamente in considerazione gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti	3) Adeguata verifica della clientela Il prodotto viene emesso ai contraenti che rientrano nei profili definiti, mediante sistemi informatici di compagnia che attuano controlli automatici che impediscono l'emissione in caso di non coerenza.	Predisposizione Procedura PRO 8.6 che prevede, per i prodotti vita, lo svolgimento delle attività previste dalla compagnia.	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie	

PRODOTTI IBIP NON COMPLESSI

Complessità del prodotto:

I prodotti IBIPs complessi sono prodotti rivolti a una ben determinata categoria di contraenti.

Livello di informazione pubblicamente disponibile:

I prodotti sono dotati di fascicoli informativi resi disponibili dalle imprese mandanti tramite sito internet.

Natura del prodotto:

I prodotti IBIPs complessi nascono da esigenze specifiche del contraente.

Rischio di pregiudizio del consumatore:

Il rischio di pregiudizio del contraente è ALTO.

Caratteristiche del mercato di riferimento:

I mercati di riferimento dei prodotti ramo IBIP complessi hanno vincoli particolari.

Natura, portata e complessità dell'attività pertinente del distributore:

L'agenzia ha una caratteristica imprenditoriale di tipo professionale tradizionale, con il contatto diretto con il contraente.

La distribuzione dei prodotti assicurativi avviene tramite sistemi informatici delle imprese mandanti, che forniscono anche tutte le sequenze decisionali per distribuire i prodotti in conformità al mercato di riferimento scelto.

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Evitare ed attenuare il pregiudizio del contraente	1) Selezione collaboratori I prodotti IBIP vengono venduti solo da addetti con determinati requisiti di esperienza e professionalità	Procedura PRO 8.7 IBIPs	
	2) Formazione specifica I prodotti IBIP richiedono formazione più mirata, con incontri anche in presenza anche al fine di spiegare e non solo distribuire le Schede tecniche POG	Procedura PRO 8.7 IBIPs	
	3) Limitazione distribuzione al solo personale diretto Evitare il più possibile la distribuzione di prodotti IBIPs per il tramite di rapporti di collaborazione orizzontale.	Procedura PRO 8.7 IBIPs	
	4) Informative aggiuntive	Procedura PRO 8.7 IBIPs	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie	

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Gestire correttamente i conflitti d'interesse	1) Eliminazione conflitti d'interesse Sulla base di una valutazione del rischio in materia di conflitti di interesse, sono identificate gli eventi e introdotti i relativi controlli per evitarli	Elaborato procedura PRO 8.8 contenente VR <i>Valutazione rischio conflitti d'interesse</i> . Introdotti controlli come da valutazione.	
	2) Informativa conflitti non eliminabili Comunicazione al contraente dei conflitti di interesse non eliminabili	Elaborata procedura PRO 8.8 comprensiva di comunicazione al contraente dei conflitti di interesse residui	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie			

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Prendere debitamente in considerazione gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti	Valutazioni specifiche in materia di: - Coerenza - appropriatezza	Elaborato procedura PRO 8.7	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	BASSO	BASSO
	Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie		

PRODOTTI IBIP COMPLESSI

Complessità del prodotto:

I prodotti IBIPs complessi sono prodotti rivolti a una ben determinata categoria di contraenti.

Livello di informazione pubblicamente disponibile:

I prodotti sono dotati di fascicoli informativi resi disponibili dalle imprese mandanti tramite sito internet.

Natura del prodotto:

I prodotti IBIPs complessi nascono da esigenze specifiche del contraente.

Rischio di pregiudizio del consumatore:

Il rischio di pregiudizio del contraente è ALTO.

Caratteristiche del mercato di riferimento:

I mercati di riferimento dei prodotti ramo IBIP complessi hanno vincoli particolari.

Natura, portata e complessità dell'attività pertinente del distributore:

L'agenzia ha una caratteristica imprenditoriale di tipo professionale tradizionale, con il contatto diretto con il contraente.

La distribuzione dei prodotti assicurativi avviene tramite sistemi informatici delle imprese mandanti, che forniscono anche tutte le sequenze decisionali per distribuire i prodotti in conformità al mercato di riferimento scelto.

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Evitare ed attenuare il pregiudizio del contraente	Selezione collaboratori I prodotti IBIP vengono venduti sono da addetti con determinati requisiti di esperienza e professionalità	Mansionario: specifica requisiti per addetti alla distribuzione di prodotti IBIPs	
	Formazione specifica I prodotti IBIP richiedono formazione più mirata, con incontri anche in presenza	Mansionario: specifica requisiti per addetti alla distribuzione di prodotti IBIPs	
	Limitazione distribuzione al solo personale diretto Evitare il più possibile la distribuzione di prodotti IBIPs per il tramite di rapporti di collaborazione orizzontale	Mansionario: specifica requisiti per addetti alla distribuzione di prodotti IBIPs	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	ALTO	MEDIO
	Azioni per ridurre il rischio:		Non ritenute necessarie

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Gestire correttamente i conflitti d'interesse	Informative aggiuntive in fase precontrattuale	Elaborata procedura PRO 8.8 e procedura PRO 8.9 in materia di incentivi	
	Informative periodiche al contraente	Elaborata procedura PRO 8.8 e procedura PRO 8.9 in materia di incentivi	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	MEDIO	BASSO
Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie			

Obiettivo	Evento	Misure attuate	
Prendere debitamente in considerazione gli obiettivi, gli interessi e le caratteristiche dei clienti	Valutazioni specifiche: - Coerenza - adeguatezza	Elaborata procedura PRO 8.7	
	Valutazione periodica adeguatezza ove richiesto dal cliente	Elaborata procedura PRO 8.7	
	Valutazione del Rischio:		
	Probabilità	Gravità	RISCHIO
	BASSO	ALTO	MEDIO
Azioni per ridurre il rischio: Non ritenute necessarie			

PRO 7.2

Gestione controllo rete

Sommario

- [1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE](#)
- [2. RIFERIMENTI NORMATIVI](#)
- [3. GESTIONE OPERATIVA](#)
 - [3.1 Inserimento addetto all'attività di intermediazione](#)
 - [3.2 Interruzione rapporto addetto all'attività di intermediazione](#)
- [4. SVILUPPO DELLE COMPETENZE](#)
 - [4.1 Esigenze di competenza](#)
 - [4.2 Competenze acquisite](#)
 - [4.3 Analisi delle esigenze](#)
 - [4.3.1 Inserimento iniziale](#)
 - [4.3.2 Aggiornamenti periodici](#)
 - [4.3.3 Emissione di nuovi prodotti](#)
 - [4.3.4 Emissione di nuovi regolamenti](#)
 - [4.4 Controlli interni predisposti](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
4	09.01.2023	Aggiornamento generale	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo e campo di applicazione

La presente procedura descrive le modalità operative, messe in atto dai Responsabili per ottenere un'adeguata gestione delle risorse dell'Agenzia. Quanto qui prescritto deve essere applicato a tutto il personale che opera all'interno dell'Agenzia.

2. Riferimenti normativi

RIFerimento	anno	descrizione
Regolamento IVASS n. 40	2018	Disposizioni in materia di distribuzione assicurativa e riassicurativa di cui al Titolo IX del D. Lgs n. 209/05.
Regolamento IVASS n. 44	2019	Disposizioni attuative volte a prevenire l'utilizzo delle imprese di assicurazione e intermediari assicurativi a fini di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo in materia di organizzazione, procedure e controlli interni e di adeguata verifica della clientela, si sensi del D.Lgs 231/2007

3. Gestione operativa

3.1 Inserimento addetto all'attività di intermediazione

1) *Verifica:*

Acquisire i documenti/informazioni previsti nell'allegato 1 "ALL. 2 PRO 7.2 Modulo inserimento addetto all'attività di intermediazione".

In caso di adesione a versione digital, inviare il modulo firmato a K Partners.

2) *Creazione anagrafica*

L'agenzia ha predisposto un elenco del personale in cui sono identificati i ruoli in funzione delle competenze acquisite. In caso di adesione alla versione digital, K Partners provvede a creare l'anagrafica in GEKO.

È possibile vedere l'elenco aggiornato degli addetti in GEKO/struttura organizzativa/ struttura organizzativa.

3) *Formazione*

L'addetto, oltre alla verifica formazione obbligatoria secondo regolamenti IVASS è tenuto a svolgere il corso di 4h "Regole operative per la distribuzione assicurativa" reperibile sulla piattaforma formazione K Partners.

4) *Fascicolo*

L'addetto deve compilare e firmare il fascicolo fornito da K Partners contenente gli adempimenti necessari per il corretto svolgimento dell'attività di intermediazione assicurativa.

In caso di adesione alla versione digital, l'addetto deve compilare e firmare in OTP il fascicolo inviato da K Partners.

5) *Mandato (contratto)*

L'agenzia procede a sottoscrivere mandato di collaborazione (subagente o produttore) o contratto sempre in versione cartacea.

In caso di adesione alla versione digital, copia del mandato, a discrezione, può essere caricato in GEKO.

Copia del mandato, a discrezione, può essere caricato in GEKO.

6) *Iscrizione RUI*

Nel caso in cui l'addetto operi anche all'esterno dei locali procedere con l'iscrizione alla sezione E del RUI:

- Richiedere copia bollettino versamento una tantum tassa iscrizione 168,00 euro persona fisica e persona giuridica se non iscritti o da re-iscrivere

- compilare e firmare digitalmente il Modello elettronico PDF ed inviare via PEC a IVASS all'indirizzo istanze.rui@pec.ivass.it

- Attendere conferma di IVASS di iscrizione

- Stampare conferma IVASS, apponendo marca da bollo utilizzata e vidimarla apponendo segno di biro e allegando eventuale copia bollettini.

7) *Archiviazione*

I documenti e le dichiarazioni di cui sopra saranno reperibili nei gestionali e sistemi di archiviazione di agenzia o su GEKO per chi usufruisce della versione digital.

In caso di Reiscrizione:

Per la re-iscrizione al RUI o la relativa ripresa dell'attività di intermediazione, occorre effettuare corsi di aggiornamento secondo lo schema seguente, in funzione del periodo di sospensione:



Effettuate le ore di aggiornamento, L'Agenzia deve presentare la domanda di iscrizione all'IVASS, secondo il Modello elettronico PDF via PEC all'indirizzo istanze.rui@pec.ivass.it allegando il versamento della tassa di concessione governativa di 168€,00

3.2 Interruzione rapporto addetto all'attività di intermediazione

1) Lettera

Predisporre la lettera di interruzione rapporti e firmarla congiuntamente al collaboratore, seguire le indicazioni riportate nel mandato per quanto riguarda la cessazione dei rapporti di collaborazione. In caso di lavoro subordinato seguire le indicazioni riportate nel contratto.

2) Cancellazione

L'agenzia deve comunicare la cessazione all'IVASS entro 30 giorni lavorativi dalla data dell'interruzione, mediante l'utilizzo del modello elettronico PDF che dovrà essere scaricato, compilato offline, firmato digitalmente e inviato come allegato via PEC esclusivamente all'indirizzo istanze.rui@pec.ivass.it

3) Archiviazione documenti superati

I documenti e le dichiarazioni degli addetti dimessi saranno reperibili nel Customer Portal assegnato all'Agenzia divise in cartelle per ogni addetto.

4. Sviluppo delle competenze

4.1 Esigenze di competenza

Le esigenze di competenza del personale sono stabilite dai relativi regolamenti applicabili e riportate nel documento MAN Mansionario per ogni ruolo predisposto.

A tal fine assicurano che i dipendenti abbiano una istruzione adeguata e siano adeguatamente formati sugli obblighi e sulle connesse responsabilità previste, in particolare, dalla normativa in materia di distribuzione assicurativa e dalla normativa antiriciclaggio, con particolare riferimento al personale che è più a diretto contatto con la clientela, tenendo conto dell'evoluzione normativa e delle procedure interne.

4.2 Competenze acquisite

Le competenze acquisite dal personale sono registrate sui gestionali specifici di compagnia e nei gestionali di agenzia.

4.3 Analisi delle esigenze

L'analisi delle esigenze avviene all'interno dei processi di controllo impostati:

4.3.1 Inserimento iniziale

Mediante il controllo prevista al punto 3.1

4.3.2 Aggiornamenti periodici

Controllo ore formative

È previsto un obbligo di corsi di aggiornamento minimo della durata di 30 ore all'anno.

Il Responsabile Compliance provvede dunque a verificare l'assolvimento formativo per ogni addetto compilando il report: Allegato 4 "Controllo ore formative", ove non predisposto dai portali delle compagnie mandanti.

Sono validi i corsi di aggiornamento anche di altre compagnie/intermediari con cui il collaboratore collabora.

Il mancato raggiungimento delle ore previste comporta:

- Per gli iscritti al RUI, la cancellazione al RUI
- Per gli addetti operanti all'interno dei locali, la sospensione dell'attività di intermediazione, effettuata tramite comunicazione scritta al dipendente.

Controllo validità attestati esterni

È necessario controllare la corretta compilazione degli attestati.

Se gli attestati sono emessi da una compagnia:	verifica la corretta identificazione della compagnia.
Se gli attestati sono emessi da altri intermediari:	verificare la corretta identificazione dell'intermediario e del docente.
Se gli attestati sono emessi da società esterne:	verificare la presenza nell'attestato del soggetto organizzatore certificato ISO 9001 e dell'intermediario organizzatore

4.3.3 Emissione di nuovi prodotti

Secondo quanto riportato nella procedura PRO 8.3 "Governare e controllo del prodotto", in fase di emissione di un nuovo prodotto o modifica di un prodotto esistente, il produttore emette una circolare che prevede la relativa formazione per la rete di distribuzione, attraverso i canali formativi predisposti direttamente dal produttore.

Sulla base dell'analisi dei rischi Compliance POG, al fine di evitare, da parte di un addetto, la distribuzione di un prodotto senza assolvimento del relativo obbligo di svolgimento del corso di formazione predisposto, qualora non sia presente un blocco in fase di emissione polizza, è necessario che il Referente Compliance sia dotato di un sistema di controllo mensile di verifica formazione di ogni prodotto per ogni addetto, come da report: Allegato 3 - Controllo formativo o sistema predisposto da compagnia.

4.3.4 Emissione di nuovi regolamenti

In seguito all'emissione di nuovi regolamenti dell'area giuridica, la compagnia, le associazioni di categoria e i consulenti esterni procedono a segnalare le esigenze di formazione.

Il Referente Compliance provvede quindi a verificare l'assolvimento formativo, qualora non sia previsto un sistema di controllo da parte della Compagnia, compilando il report: Allegato 4 - Controllo ore formative.

Ulteriori analisi extra-programma obbligatorio sono effettuate, ove necessario, dai Responsabili nel documento:

P7.2ALL2 Analisi delle esigenze

con decisione delle eventuali azioni per accrescerle.

4.4 Controlli interni predisposti

Activity	Controllo	Quando	Documento	Resp.le	Azione di reazione
Inserimento addetto	Piano controlli in allegato 1	In fase di inserimento	Allegato 1: Modulo inserimento addetto all'attività di intermediazione	Resp. Compliance	Blocco inserimento
Sviluppo nuovo prodotto	Controllo formativo	In fase di emissione nuovo prodotto	Allegato 3: Scheda controllo formazione	Resp. Compliance	Impedimento emissione prodotto fino ad assolvimento obbligo formativo
Nuovo regolamento area giuridica	Controllo formativo	In fase di emissione nuovo regolamento Area giuridica	Allegato 3: Scheda controllo formazione	Resp. Compliance	Sospensione attività di distribuzione fino ad assolvimento obbligo formativo
Aggiornamento periodico	Controllo ore formative	Periodicamente	Allegato 4: Scheda controllo formazione	Resp. Compliance	Segnalare il ritardo in forma scritta
	Controllo attestati	Periodicamente	Allegato 4: Scheda controllo formazione	Resp. Compliance	Annullamento attestato
	Rispetto obbligo formativo	Entro il 15 gennaio di ogni anno	Allegato 4: Scheda controllo formazione	Resp. Compliance	Cancellazione dal RUI o sospensione attività di intermediazione

Indice allegati:

Allegato 1: Modulo inserimento addetto all'attività di intermediazione

Allegato 2: Analisi delle esigenze

Allegato 3: Controllo formativo

Allegato 4: Controllo ore formative

PRO 8.2

Promozione e trasparenza di prodotti assicurativi

Sommario

- [1. Riferimenti normativi](#)
- [2. Termini e definizioni](#)
- [3. Informativa](#)
 - [3.1 Informativa sui trasferimenti](#)
 - [3.2 Informativa dei prodotti assicurativi](#)
 - [3.3 Documento Unico di rendicontazione](#)
- [4. Azioni pubblicitarie](#)
 - [4.1 Comunicazioni pubblicitarie](#)
 - [4.2 Elementi della pubblicità](#)
 - [4.3 Pubblicità dei prodotti IBIPs](#)
- [5. Azioni promozionali](#)
 - [5.1 Promozione tramite Sito internet e social](#)
 - [5.2 Promozione di eventi](#)
- [6. Servizi di comparazione \(art. 80 reg. ivass 40/18\)](#)
- [7. Comunicazioni commerciali \(art. 82\)](#)
 - [7.1 Leicità del trattamento dati per finalità commerciali](#)
 - [7.2 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza](#)
- [8. Trasparenza](#)
- [9. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
2	09.01.2023	Riesame periodico	Francesco Netti
1	15.09.2021	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Riferimenti normativi

Regolamento IVASS 40/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Regolamento IVASS 41/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi

Regolamento ISVAP 23/08 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disciplina della trasparenza dei premi e delle condizioni di contratto nell'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e natanti.

2. Termini e definizioni

"pubblicità": ogni messaggio, diffuso con qualsiasi mezzo di comunicazione e con qualunque modalità, avente la finalità di promuovere i prodotti assicurativi.

"set informativo": l'insieme dei documenti che sono predisposti, consegnati unitariamente al contraente, prima della sottoscrizione del contratto, e pubblicati nel sito internet dell'impresa.

3. Informativa

3.1 Informativa sui trasferimenti

È a cura dell'impresa di assicurazione mandante comunicare al contraente:

- chiusura dell'agenzia,
- trasferimenti di portafoglio, di fusione o di scissione,
- cambio denominazione e sede legale dell'agenzia.

3.2 Informativa dei prodotti assicurativi

Il set informativo è composto da:

- DIP DANNI/DIP aggiuntivo DANNI/DIP aggiuntivo RC auto o al DIP VITA/DIP aggiuntivo VITA o DIP aggiuntivo MULTIRISCHI o al KID/DIP aggiuntivo IBIP,
- le condizioni di assicurazione, comprensive di glossario,

un modulo di proposta o, ove non previsto, il modulo di polizza.

I documenti costituenti il set informativo sono redatti dall'impresa e disponibili su sito internet dell'impresa stessa e, tramite i portali, messi a disposizione all'agenzia per l'attività di distribuzione assicurativa.

Per i grandi rischi, il set informativo è costituito solo dalle condizioni di assicurazione.

L'agenzia deve provvedere a consegnare il set informativo nei tempi e nei modi indicati dalle circolari delle imprese mandanti.

3.3 Documento Unico di Rendicontazione

Entro sessanta giorni dalla chiusura di ogni anno solare, l'impresa comunica al contraente il *Documento Unico di rendicontazione*, relativo alla posizione assicurativa per i prodotti vita e IBIPs.

Al fine di rendere al contraente una rendicontazione unica e onnicomprensiva di tutti i costi e oneri, l'agenzia trasmette all'impresa, dietro specifica istruzione da parte della stessa, tutte le informazioni necessarie per fornire una rendicontazione completa anche di tutti i costi e oneri connessi all'attività di distribuzione, anche effettuata nell'ambito di una collaborazione orizzontale.

A tal fine, l'agenzia ha predisposto una modulistica di dichiarazione da richiedere a tutti i collaboratori, sia diretti iscritti in sezione E che le collaborazioni orizzontali.

4. Azioni pubblicitarie

4.1 Comunicazioni pubblicitarie

La pubblicità dei prodotti assicurativi è effettuata:

- a) nel rispetto dei principi di chiarezza e correttezza;
- b) in conformità al contenuto del set informativo cui i prodotti si riferiscono.

Le comunicazioni pubblicitarie svolte dall'agenzia devono essere chiare, non fuorvianti, imparziali e complete. Le comunicazioni pubblicitarie devono essere chiaramente identificabili come tali e sono soggette alla preventiva autorizzazione delle imprese proponenti.

Il messaggio pubblicitario è strutturato in modo da non indurre in errore circa le caratteristiche, la natura, le garanzie e i rischi del prodotto offerto e utilizza forme espressive e caratteri chiari, ben visibili e leggibili.

La pubblicità è immediatamente riconoscibile come tale e ben distinguibile rispetto a ogni altra forma di comunicazione.

In linea generale, l'agenzia effettua comunicazioni pubblicitarie predisposte dall'impresa di assicurazione mandante.

4.2 Elementi della pubblicità

Il messaggio pubblicitario indica con chiarezza ed evidenza la denominazione dell'impresa di assicurazione e le caratteristiche del relativo prodotto.

Il messaggio pubblicitario riporta, con caratteri che consentono un'immediata e agevole lettura, la seguente avvertenza: *"Prima della sottoscrizione leggere il set informativo"*.

Se si tratta di Fondo Pensione Aperto e di Piano Individuale Pensionistico PIP:

Messaggio promozionale riguardante le forme pensionistiche complementari - prima dell'adesione leggere la parte I "Le informazioni chiave per l'aderente" e l'Appendice "Informativa sulla sostenibilità" della Nota informativa.

Il messaggio pubblicitario indica il sito internet dell'impresa nel quale è pubblicato il set informativo.

Nella pubblicità effettuata tramite mezzi di comunicazione audiovisivi, le informazioni indicate sono riprodotte lentamente, in modo da consentirne un agevole ascolto.

Le espressioni "garantisce", "garantito" o termini simili che inducono a ritenere sussistente il diritto a una prestazione certa per l'assicurato o per il portatore di un interesse alla prestazione assicurativa possono essere utilizzate solo se la garanzia è rilasciata dall'impresa di assicurazione.

La qualifica di contratto "etico" e "sostenibile" può essere utilizzata solo per i contratti sottoposti alla disciplina della finanza etica e sostenibile.

4.3 Pubblicità dei prodotti IBIPs

L'agenzia procede alla pubblicità dei prodotti IBIPs solo per il tramite delle attività impostate dall'impresa di assicurazione mandante, senza procedere in modo autonomo, in particolare alla pubblicità dei rendimenti dei prodotti assicurativi d'investimento.

L'impresa, in fase di promozione di prodotti IBIPs rispetta i seguenti requisiti:

- *Caratteristiche delle informazioni:* le informazioni fornite sono accurate, sufficienti, aggiornate e non utilizzano il nome di nessuna autorità competente indicando che essa avalla o approva i prodotti IBIPs distribuiti; le informazioni contenute nelle comunicazioni pubblicitarie sono coerenti con quelle fornite in sede precontrattuale e contrattuale.
- *Risultati finanziari passati:* non devono costituire l'elemento più evidente della comunicazione; devono essere elaborati su un arco temporale pari almeno agli ultimi cinque anni; devono presentare chiaramente le fonti; devono indicare l'avviso che i dati passati non sono un indicatore affidabile per i risultati futuri.
- *Simulazioni di risultati passati:* le informazioni devono riguardare uno strumento/indice finanziario utilizzato come sottostante dei prodotti di investimento assicurativi. Tali simulazioni devono riferire a sottostanti identici o sostanzialmente uguali al sottostante dello strumento finanziario in questione.
- *Risultati finanziari futuri:* le informazioni trasmesse non devono basarsi su andamenti passati, ma su ipotesi ragionevoli ed oggettive riportando l'avviso che tali simulazioni si riferiscono a varie condizioni di mercato e non sono un indicatore certo dell'effettivo andamento del prodotto sul mercato.
- *Trattamento fiscale:* le informazioni indicano chiaramente che il trattamento fiscale dipende dalla situazione individuale del contraente.

5. Azioni promozionali

5.1 Promozione tramite Sito internet e social

L'apertura di un sito internet e social per la pubblicità di prodotti assicurativi deve essere autorizzata dall'impresa mandante con le modalità definite da quest'ultima.

L'agenzia, qualora posseda un proprio sito internet, è titolare del dominio del sito internet o del profilo social utilizzati per la promozione della distribuzione dei prodotti assicurativi.

L'agenzia può anche avvalersi di spazi dei siti internet dell'impresa mandante.

Il sito internet, il profilo social o l'applicazione utilizzata per la promozione contiene nella home page, in maniera chiara e visibile, le seguenti informazioni:

- a) i dati identificativi dell'intermediario, il numero di iscrizione nel Registro e l'indirizzo del sito internet dove consultare gli estremi della relativa iscrizione;
- b) la sede legale e le eventuali sedi operative;
- c) il recapito telefonico, il numero di telefax, l'indirizzo di posta elettronica e, laddove previsto, l'indirizzo di posta elettronica certificata;
- d) di essere soggetto alla vigilanza dell'IVASS;
- e) i recapiti per la presentazione dei reclami e la facoltà per il contraente di avvalersi di altri eventuali sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie previsti dalla normativa vigente.

Preventivatore

Qualora si intenda mettere a disposizione del pubblico un preventivatore RC auto, è necessario creare un link che porti l'utente sulle pagine del preventivatore del sito istituzionale della compagnia. Il link deve essere sulla home page e occorre indicare che è conforme all'art. 113 del CAP.

Convenzioni

Eventuali riferimenti a convenzioni a carattere nazionale effettuate dalla compagnia, nonché utilizzo dei loghi, può essere effettuato previa autorizzazione dell'impresa mandante.

Convenzioni locali stipulate direttamente dall'agenzia possono essere pubblicate sul sito previa convalida da parte dell'ufficio convenzioni dell'impresa mandante.

Il sito è verificato in tutti i suoi aspetti di compliance mediante compilazione del documento:

P8.2ALL1 "Verifica sito internet"

5.2 Promozione di eventi

La promozione di eventi dell'agenzia è svolta rispettando le indicazioni dell'impresa mandante in particolare per l'uso dei loro loghi.

6. Servizi di comparazione (art. 80 reg. ivass 40/18)

Per servizio di comparazione si intende *fornire*, tramite un sito internet o altri mezzi, *informazioni*, relativamente a uno o più contratti di assicurazione, anche confrontati o ordinati, sulla base di criteri eventualmente scelti dal cliente, in termini di premi ed eventuali sconti applicati o di ulteriori caratteristiche del contratto, se il cliente è in grado di concludere direttamente o indirettamente lo stesso.

Qualora l'agenzia svolgesse servizio di comparazione:

- a) indica il dato relativo alla quota di mercato comparata e l'elenco delle imprese di assicurazione con le quali ha sottoscritto accordi finalizzati alla comparazione delle polizze; qualora il servizio di comparazione sia fornito attraverso siti internet, tali informazioni sono rese nell'home page o in altra pagina del sito direttamente accessibile dall'home page;
- b) garantisce che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate;
- c) in caso di mancata quotazione di una o più delle imprese comparate, esplicita i motivi dell'impedimento e comunica all'utente le relative quotazioni, anche in un momento successivo;
- d) fornisce comparazioni basate non soltanto sul prezzo, ma anche sulle caratteristiche principali delle polizze, in base a uno standard uniforme, tale da agevolare il confronto tra le diverse offerte;
- e) si dota di processi di rilevazione delle esigenze assicurative del contraente e di quotazione delle garanzie tali da produrre una gamma di prodotti tutti rispondenti e esigenze dallo stesso manifestate;
- f) adotta modalità operative idonee ad evitare forme di abbinamento forzato delle coperture accessorie a contratti assicurativi della responsabilità civile auto e meccanismi di attribuzione automatica di garanzie non richieste e per le quali non sia stata manifestata espressamente la volontà di adesione (opt-out) ;
- g) garantisce la trasparenza delle remunerazioni riconosciute da ciascuna delle imprese all'intermediario per il servizio di comparazione, nonché dei compensi riconosciuti dalle imprese, per ciascuna polizza, in caso di conclusione del contratto in conformità all'informativa sulle remunerazioni;
- h) nel diffondere comunicazioni pubblicitarie si conformano a quanto disposto al paragrafo 7;
- i) garantisce la riservatezza delle informazioni acquisite in ragione dell'attività svolta in linea con quanto previsto dalle procedure interne.

7. Comunicazioni commerciali (art. 82)

7.1 Leicità del trattamento dati per finalità commerciali

La promozione di contratti assicurativi effettuando comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza per l'invio di materiale pubblicitario, per la vendita a distanza, per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazioni commerciali, richiede il previo *consenso* del contraente all'utilizzo della tecnica di comunicazione.

Gli strumenti per l'acquisizione del consenso del contraente, preceduta da informativa per il trattamento dati personali, sono messi a disposizione dall'impresa mandante e, ove ritenuto necessario, tramite modulistica di agenzia quale autonomo titolare come definito al punto 6.4 della procedura POG.

La documentazione atta a fornire evidenza della prestazione del consenso è archiviata e conservata secondo le istruzioni dell'impresa mandante e, per quella relativa al titolare autonomo, è archiviata cartaceamente o informaticamente qualora presente un gestionale d'agenzia. Il consenso prestato in maniera esplicita, in relazione alle diverse tipologie di comunicazione, senza oneri per il contraente ed è revocabile in ogni momento.

Salvo opposizione del contraente, l'agenzia può utilizzare le tecniche di comunicazione a distanza senza acquisire il previo consenso del contraente medesimo nel caso in cui questo abbia già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo assicurativo o ad altri rami, purché il prodotto sia distribuito dalla medesima impresa (così detto SOFT SPAM).

L'agenzia in occasione di ciascuna comunicazione effettuata ai sensi del presente comma informa il contraente della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando le relative modalità predisposte dall'impresa stessa.

7.2 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza

L'agenzia non procede a comunicazioni commerciali strutturate e sistematiche mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Nelle situazioni occasionali, il contraente viene informato in occasione di ciascuna comunicazione:

- a) se la comunicazione commerciale è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi;
- b) della provenienza dei dati personali del contraente e del loro utilizzo;
- c) che ha diritto di revocare il consenso all'utilizzo della comunicazione commerciale e di opporsi alle comunicazioni in ogni momento e senza oneri, come indicato al comma precedente;
- d) sulle modalità per l'esercizio dei diritti di cui alla lettera c);
- d-bis) che saranno registrate le conversazioni o le comunicazioni telefoniche che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi. Tale comunicazione può essere effettuata una sola volta prima del collocamento di un contratto assicurativo;
- d-ter) che, con riferimento ai prodotti IBIPs, saranno registrate anche le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche rese nell'ambito dello svolgimento dell'attività di distribuzione che non hanno condotto all'effettiva conclusione di contratti assicurativi.

L'agenzia non si avvale sistematicamente di soggetti terzi per effettuare comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Per le situazioni occasionali, l'agenzia si assicura che tali soggetti terzi effettuino le comunicazioni commerciali per proprio conto in modo tale che:

- a) siano accompagnate dalle informazioni di cui al comma 1;
- b) indichino il nominativo del distributore che commercializza il contratto di assicurazione;
- c) in caso di comunicazione effettuata mediante siti internet, prevedano un link ipertestuale al sito internet o al profilo di social network del distributore ovvero l'indicazione del relativo indirizzo.

L'agenzia adotta tutte le misure ragionevoli per registrare le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche effettuate, trasmesse o ricevute attraverso apparecchiature elettroniche.

Le registrazioni sono conservate secondo quanto indicato al paragrafo 6.23 della procedura POG.

Gli addetti dell'agenzia si astengono dallo svolgere per telefono l'attività di distribuzione assicurativa se essi non hanno preventivamente effettuato l'informativa indicata al presente paragrafo.

8. Trasparenza

Trasparenza nei locali

L'allegato

P8.2ALL2 "Angolo del consumatore"

indica i documenti che devono essere messi a disposizione del pubblico nei propri locali, anche avvalendosi di apparecchiature tecnologiche.

Trasparenza Informativa precontrattuale

L'elenco comprende i documenti seguenti:

- a) le informazioni di cui all'allegato 3;
- b) l'elenco degli obblighi di comportamento di cui all'allegato 4-ter.

come stabilito al paragrafo 6.6 del documento POG.

Trasparenza provvigioni

Resta fermo quanto previsto in materia di trasparenza delle provvigioni dall'articolo 131 del Codice e relative disposizioni di attuazione e dall'articolo 28 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, e successive modifiche e integrazioni:

1. Al fine di garantire la trasparenza e la concorrenzialità delle offerte dei servizi assicurativi, nonché un'adeguata informazione ai soggetti che devono adempiere all'obbligo di assicurazione dei veicoli e dei natanti, le imprese mettono a disposizione del pubblico, presso ogni punto di vendita e nei siti internet, la nota informativa e le condizioni di contratto praticate nel territorio della Repubblica.

2. La pubblicità dei premi è attuata mediante preventivi personalizzati rilasciati presso ogni punto di vendita dell'impresa di assicurazione, nonché mediante siti internet che permettono di ricevere il medesimo preventivo per i veicoli e per i natanti individuati nel regolamento di attuazione.

2-bis. Per l'offerta di contratti relativi all'assicurazione r.c. auto, l'intermediario rilascia preventiva informazione al consumatore sulle provvigioni riconosciutegli dall'impresa o, distintamente, dalle imprese per conto di cui opera. L'informazione è affissa nei locali in cui l'intermediario opera e risulta nella documentazione rilasciata al contraente.

2-ter. I preventivi e le polizze indicano, in modo evidenziato, il premio di tariffa, la provvigione dell'intermediario, nonché lo sconto complessivamente riconosciuto al sottoscrittore del contratto.

Trasparenza sostenibilità finanziaria

L'agenzia deve esporre in agenzia l'informativa sulla sostenibilità finanziaria e, ove previsto, la politica dell'impresa mandante.

9. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

PRO 8.5
**Meccanismo di distribuzione
di prodotti assicurativi**

Sommario

- [1. Normativa di riferimento.](#)
- [2. Termini e definizioni](#)
- [3. Obiettivo](#)
- [4. Ambito di applicazione](#)
- [5. Meccanismo di distribuzione](#)
 - [5.1 Gestione contatto cliente](#)
 - [5.2 Profilazione / verifica appartenenza mercato di riferimento](#)
 - [5.3 Gestione preventivi](#)
 - [5.4 Informativa precontrattuale e contrattuale \(art. 56 e 61\)](#)
 - [5.5 Trasparenza conflitti di interesse \(art. 55\)](#)
 - [5.6 Trasparenza remunerazioni](#)
 - [5.7 Valutazione delle esigenze e delle richieste del contraente \(art. 58 commi 1-3\)](#)
 - [5.8 Acquisizione documenti e ulteriori attività \(art.68\)](#)
 - [5.9 Sottoscrizione documentazione \(art. 62\)](#)
 - [5.10 Documentazione da consegnare ai contraenti](#)
 - [5.11 Incasso premi](#)
 - [5.12 Rinnovi](#)
 - [5.13 Vendita con consulenza \(art. 59\)](#)
 - [5.14 Vendita tramite altre collaborazioni](#)
 - [5.15 Contratti in forma collettiva \(art. 66\)](#)
 - [5.16 Promozione e Collocamento di contratti assicurativi a distanza \(art. 69 e ss\)](#)
 - [5.17 Vendita abbinata \(art. 59-bis\)](#)
 - [5.18 Partecipazione a gare pubbliche](#)
 - [5.19 Gestione sinistri](#)
 - [5.20 Conservazione della documentazione \(art. 67\)](#)
- [6. Sistema di controllo interno](#)
- [7. Allegati](#)
- [8. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
2	09.01.23	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	24.01.22	Aggiornati riferimenti vendita a distanza e conflitto di interesse - incentivi	Francesco Netti
0	15-09-21	Prima stesura, in coerenza con il Sistema di Gestione Compliance aggiornato	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Normativa di riferimento

Regolamento IVASS 40/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221
in materia di collaborazioni orizzontali.

2. Termini e definizioni

“Rete”: l’insieme dei dipendenti e dei collaboratori di agenzia che svolgono l’attività di distribuzione assicurativa.

“Codice”: il decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, e successive modificazioni e integrazioni, recante il Codice delle Assicurazioni Private.

“Contraente” o *“cliente”*: la persona fisica o giuridica in favore della quale un distributore svolge attività di distribuzione assicurativa.

“Distribuzione assicurativa”: le attività consistenti nel fornire consulenza in materia di contratti di assicurazione, proporre contratti di assicurazione o compiere altri atti preparatori relativi alla loro conclusione, concludere tali contratti ovvero collaborare, segnatamente in caso di sinistri, alla loro gestione ed esecuzione, inclusa la fornitura di informazioni relativamente a uno o più contratti di assicurazione sulla base di criteri scelti dal cliente tramite un sito internet o altri mezzi e la predisposizione di una classifica di prodotti assicurativi, compreso il confronto tra prezzi e tra prodotti o lo sconto sul premio di un contratto di assicurazione, se il cliente è in grado di stipulare direttamente o indirettamente un contratto di assicurazione tramite un sito internet o altri mezzi.

Nelle collaborazioni orizzontali:

“Collaborazione orizzontale”: collaborazione tra intermediari operativi iscritti nelle sezioni A, B, D del Registro degli intermediari assicurativi, anche a titolo accessorio, e riassicurativi di cui all’articolo 109 del decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, o nell’Elenco annesso al Registro di cui all’articolo 116-quinquies del medesimo decreto, ai sensi dell’articolo 22, comma 10, del decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221;

“Intermediario emittente”: nell’ambito della collaborazione orizzontale, con riferimento al prodotto distribuito, l’intermediario titolare dell’incarico di distribuzione da parte dell’impresa emittente o con la quale abbia rapporti d'affari;

“Intermediario proponente”: nell’ambito della collaborazione orizzontale, con riferimento al prodotto distribuito, l’intermediario che entra in contatto con il contraente.

3. Obiettivo

Definire le regole di comportamento per la distribuzione di prodotti assicurativi.

4. Ambito di applicazione

Il presente documento si applica a tutti i prodotti assicurativi intermediati dall’agenzia.

5. Meccanismo di distribuzione

Nella distribuzione dei prodotti assicurativi sono svolte le seguenti attività:

5.1 Gestione contatto cliente

In fase di primo contatto, l'addetto acquisisce le informazioni di base del cliente, fornendo:

- informativa privacy di agenzia e di compagnia, con acquisizione dei consensi,
- scelta modalità di comunicazione e consegna documentazione.

Tali informazioni e relative dichiarazioni e consensi, sono acquisite tramite documenti specifici predisposti dall'impresa di assicurazione e, ove ritenuto necessario, anche nel documento di agenzia:

P8.5ALL02 "Scheda cliente"

La modalità di comunicazione e consegna documentazione può essere cartacea o informatica via e-mail; nel caso elettronico, il modulo "Scheda cliente" o il documento dell'impresa riporta l'indirizzo e-mail scelto. Il contraente viene comunque informato della possibilità di modificare in ogni momento la scelta effettuata. La modifica vale per le comunicazioni successive.

In ogni caso, tale scelta non autorizza l'invio di materiale promozionale, pubblicitario o di altre comunicazioni commerciali.

Devono essere attuate inoltre tutte le attività previste per:

- l'identificazione.
- l'assegnazione della firma OTP mediante e-mail e cellulare.

Tali attività devono essere svolte in presenza e secondo le procedure dell'impresa di assicurazione titolare della firma OTP.

L'identificazione e gestione OTP possono essere fatte a distanza solo se prevista una procedura di identificazione mediante video-registrazione.

5.2 Profilazione / verifica appartenenza mercato di riferimento

L'agenzia procede, in accordo alle circolari delle imprese mandanti, avvalendosi dei sistemi informatici messi a disposizione e dei relativi questionari predisposti, a creare un profilo cliente, al fine di individuare i prodotti assicurativi coerenti con il profilo e rientranti nel mercato di riferimento predisposto dall'impresa di assicurazione in qualità di produttore.

Il profilo è aggiornato in coerenza con le specifiche previste nelle circolari dell'impresa mandante.

Ove tale strumento non fosse ritenuto idoneo da parte dell'intermediario, è possibile creare un proprio questionario per creare i profili e determinare un elenco di prodotti idonei tramite il confronto con le schede tecniche POG.

5.3 Gestione preventivi

I preventivi sono elaborati e controllati seguendo le istruzioni del produttore mediante i sistemi informatici messi a disposizione.

Anche nella fase di preventivazione, vanno svolte le attività in materia di trasparenza, verifica mercato di riferimento e valutazione coerenza.

I documenti sottoscritti dal contraente devono essere opportunamente conservati.

5.4 Informativa precontrattuale e contrattuale (art. 56 e 61)

L'agenzia consegna o trasmette al contraente prima della sottoscrizione o proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto di assicurazione, le informazioni di cui all'Allegato 3:

o allegato 3, informativa sul distributore (P8.5ALL03), da cui risultino i dati essenziali del distributore e le informazioni in materia di *conflitto di interesse*.

In occasione di rinnovo o stipula di un nuovo contratto il distributore consegna o trasmette le informazioni di cui all'Allegato 3 solo in caso di successive modifiche di rilievo delle stesse.

L'agenzia rende disponibile per il pubblico nei propri locali, anche avvalendosi di apparecchiature tecnologiche, oppure pubblicano su un sito internet ove utilizzato per la promozione e collocamento di prodotti assicurativi, dando avviso della pubblicazione nei propri locali:

- a) il documento P8.5ALL06 "Elenco delle imprese di assicurazioni con le quali l'intermediario ha rapporti d'affare",
indicante la denominazione della o delle imprese di assicurazione con le quali l'intermediario ha rapporti d'affare. Le informazioni sono aggiornate periodicamente e comunque almeno trimestralmente mediante compilazione del documento P8.5ALL07 "Scheda controllo elenco imprese".
- b) le informazioni di cui all'allegato P8.5ALL03 "allegato 3, informativa sul distributore".
- c) l'elenco degli obblighi di comportamento di cui all' allegato P8.5ALL04TER "allegato 4-ter, regole di comportamento del distributore".

Prima della sottoscrizione di una proposta o, qualora non prevista, della conclusione di un contratto di assicurazione, l'agenzia consegna o trasmette al contraente:

- a) la documentazione informativa precontrattuale e quella contrattuale prevista dalle vigenti disposizioni;
- b) nel caso di offerta fuori sede e nel caso di distribuzione mediante tecniche di comunicazione a distanza, il documento P8.5ALL04TER "allegato 4-ter, Elenco delle regole di comportamento del distributore".

L'informativa precontrattuale:

- a) è scritta in un linguaggio e in uno stile chiaro e sintetico, così da facilitare la comprensione delle informazioni in essa contenute. È in ogni caso assicurata la completezza delle informazioni essenziali;
- b) è presentata e strutturata in modo tale da essere chiara e di facile lettura;
- c) ha un carattere di stampa con occhio medio pari almeno a 1,2 mm;
- d) se prodotta a colori, non deve essere meno comprensibile nel caso in cui sia stampata o fotocopiata in bianco e nero.

In caso di collaborazione orizzontale, gli obblighi di informativa previsti dal presente Regolamento sono adempiuti dall'intermediario che entra in contatto con il contraente.

Le informative sono comunicate e consegnate al contraente:

- in formato cartaceo
- in formato elettronico
- tramite sito internet

in base alla scelta effettuata dal contraente mediante documentazione predisposta dalla singola impresa di assicurazione o, ove assente, direttamente sul documento P8.5ALL2 "Scheda cliente".

In caso di consegna elettronica o tramite sito internet, anche le attività al punto 6.8-6-11 analisi esigenze e 6.16 vendita con consulenza devono essere svolte con le stesse modalità informatiche.

La scelta della modalità di comunicazione può essere riferita ad un singolo contratto o riguardo a tutti gli eventuali successivi contratti stipulati con l'agenzia.

Qualora il contraente abbia scelto di comunicare tramite posta elettronica, il distributore conserva traccia anche dell'indicazione relativa all'indirizzo dallo stesso fornito e dei relativi aggiornamenti.

La comunicazione con cui è inviata la documentazione in formato elettronico fa riferimento alla scelta effettuata dal

contraente e contiene l'informazione che la modalità di comunicazione prescelta può essere modificata in ogni momento.

In ogni caso, la scelta non autorizza l'invio di materiale promozionale, pubblicitario o di altre comunicazioni commerciali.

Le informative precontrattuali possono essere fornite anche tramite un sito internet rispettando i seguenti requisiti:

- a) la fornitura delle informazioni è appropriata rispetto alle modalità di distribuzione del prodotto assicurativo;
- b) il contraente ha acconsentito alla fornitura delle informazioni tramite sito Internet;
- c) il contraente è stato informato mediante comunicazione telematica dell'indirizzo del sito Internet e del punto del sito Internet in cui possono essere reperite le informazioni;
- d) è garantito che le informazioni rimangano accessibili sul sito Internet per tutta la durata del contratto.

Il distributore è in ogni caso responsabile della veridicità, dell'aggiornamento e del contenuto della pubblicazione effettuata in una pagina web diversa dal proprio sito internet.

Al fine di dimostrare l'adempimento degli obblighi formativi, l'agenzia conserva:

- in caso di comunicazione cartacea, una dichiarazione sottoscritta dal contraente P8.5ALL05 "Dichiarazione avvenuta consegna documentazione", da inserire qualora non presente in polizza.
- in caso di comunicazione digitale, la prova di aver correttamente inviato all'indirizzo di posta elettronica indicato dal medesimo la documentazione, mediante conservazione email.
- la comunicazione di cui al punto c) precedente.

Sono esclusi dall'applicazione del presente articolo i distributori che operano nei grandi rischi qualora nei confronti dell'assicurato ricorrano le condizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera r), del Codice.

5.5 Trasparenza conflitti di interesse (art. 55)

Nel documento:

PRO 8.8 Policy conflitti di interesse

sono identificati i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra l'agenzia, inclusi i dirigenti e i dipendenti, o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di qualsiasi attività di distribuzione assicurativa, e le relative misure mantenute ed applicate al fine di evitare che tali conflitti di interesse possano incidere negativamente sugli interessi dei contraenti.

Qualora le misure non fossero sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di nuocere agli interessi del contraente, l'agenzia informa il contraente nell'informativa precontrattuale della natura o della fonte di tale conflitto d'interesse.

5.6 Trasparenza remunerazioni

Remunerazioni (art. 57)

Le informazioni concernenti il compenso percepito con riferimento al contratto distribuito sono comunicate al contraente dall'intermediario che distribuisce il contratto nell'informativa precontrattuale prima della conclusione del contratto.

L'informativa sulle remunerazioni deve essere consegnata nuovamente ogni qual volta il contraente effettui pagamenti diversi dai premi in corso e dai pagamenti programmati già previsti nel contratto concluso; per praticità, è possibile riconsegnare l'informativa precontrattuale comprendente le informazioni sulle remunerazioni.

Nel caso di collaborazioni orizzontali o con intermediari iscritti nella sezione E del Registro, l'informazione è complessivamente relativa ai compensi percepiti dagli intermediari coinvolti nella distribuzione del prodotto assicurativo.

Resta fermo quanto previsto in materia di trasparenza delle provvigioni dall'articolo 131 del Codice e relative

disposizioni di attuazione e dall'articolo 28 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, e successive modifiche e integrazioni recepite nella procedura PRO 8.2.

5.7 Valutazione delle esigenze e delle richieste del contraente (art. 58 commi 1-3)

L'analisi delle esigenze e delle richieste del contraente è svolta tramite i questionari dell'impresa di assicurazione con le procedure informatiche predisposte, che guidano l'addetto nella fase precontrattuale di acquisizione dal contraente delle informazioni utili e pertinenti in relazione alla tipologia di contratto offerto.

Tramite i questionari di compagnia, i distributori chiedono notizie sulle caratteristiche personali e sulle esigenze assicurative o previdenziali del contraente o dell'assicurato, che includono, ove pertinenti, specifici riferimenti all'età, allo stato di salute, all'attività lavorativa, al nucleo familiare, alla situazione finanziaria ed assicurativa e alle sue aspettative in relazione alla sottoscrizione del contratto, in termini di copertura e durata, anche tenendo conto di eventuali coperture assicurative già in essere, del tipo di rischio, delle caratteristiche e della complessità del contratto offerto.

Ove non presenti i questionari dell'impresa o non ritenuti adeguati, l'agenzia predispone un proprio questionario:

P8.5ALL20 "Analisi delle esigenze e delle richieste del contraente"

Qualsiasi contratto proposto deve essere coerente con le richieste e le esigenze assicurative del contraente.

La valutazione di coerenza è svolta sui prodotti rientranti nel mercato di riferimento positivo.

Non è possibile distribuire prodotti nel mercato di riferimento negativo.

È possibile distribuire prodotti assicurativi fuori da mercato di riferimento positivo, purché:

- Non appartenga al mercato di riferimento negativo;
- Il prodotto, previa consulenza, rimanga sempre adeguato.

5.8 Acquisizione documenti e ulteriori attività (art.68)

In fase di predisposizione contrattuale, devono essere acquisite tutte le informazioni e la documentazione prevista dalle imprese, in particolare:

Documentazione per polizze RC auto:

Libretto di circolazione
Certificato di proprietà

Documentazione per polizze vita:

Adeguata verifica della clientela e ogni altra documentazione richiesta dal produttore, anche in termini di identificazione.

Al fine di ridurre gli oneri a carico dei contraenti e degli aderenti, adottano modalità di gestione della documentazione idonee ad evitare che venga richiesta, in fase di assunzione di nuovi contratti o gestione dei sinistri, documentazione non necessaria o di cui già dispongano, avendola acquisita in occasione di precedenti rapporti con il medesimo contraente, e che risulti ancora in corso di validità.

5.9 Sottoscrizione documentazione (art. 62)

L'agenzia favorisce l'utilizzo da parte dei contraenti della tecnologia di firma elettronica avanzata, di firma elettronica qualificata e di firma digitale per la sottoscrizione della documentazione relativa al contratto di assicurazione.

La polizza può essere formata come documento informatico sottoscritto con firma elettronica avanzata, con firma elettronica qualificata o con firma digitale, nel rispetto delle disposizioni normative vigenti in materia sulla base della tecnologia messa a disposizione della singola impresa mandante.

5.10 Documentazione da consegnare ai contraenti

L'agenzia rilascia al contraente, oltre alla documentazione precontrattuale e contrattuale, copia del contratto e di ogni altro atto o documento la cui redazione è prevista dalla presente procedura.

La comunicazione con cui è inviata la documentazione in formato elettronico fa riferimento alla scelta effettuata dal contraente e contiene l'informazione che la modalità di comunicazione prescelta può essere modificata in ogni momento.

5.11 Incasso premi

Modalità di incasso (art. 54 comma 5,6,7)

È ammesso ricevere dal contraente, a titolo di pagamento dei premi assicurativi:

- a) assegni bancari, postali o circolari, muniti della clausola di non trasferibilità, intestati o girati all'impresa per conto della quale operano o a quella di cui sono distribuiti i contratti, oppure all'intermediario, espressamente in tale qualità;
- b) ordini di bonifico, altri mezzi di pagamento bancario o postale, mezzi di pagamento elettronico, anche on-line, che abbiano quale beneficiario uno dei soggetti indicati alla precedente lettera a).

Sono stati inoltre previsti senza oneri a carico dei contraenti, l'uso di strumenti di pagamento elettronici, anche nella forma on-line, per corrispondere i premi assicurativi.

Al fine di essere coinvolti in illeciti in materia di falsità di monete, l'agenzia si è inoltre dotata di un rilevatore di banconote false.

A tutto il personale agenziale è fatto divieto di ricevere denaro contante a titolo di pagamento di premi relativi a contratti di assicurazione sulla vita, di cui all'articolo 2, comma 1, del Codice. Per i contratti di assicurazione contro i danni, di cui all'articolo 2, comma 3, del Codice, il divieto riguarda i premi di importo superiore a euro 750 annui per ciascun contratto. Il divieto non opera per le coperture del ramo responsabilità civile auto e per le relative garanzie accessorie, se ed in quanto riferite allo stesso veicolo assicurato per la responsabilità civile auto.

Le istruzioni sulla modalità di incasso dei premi sono indicate nell'allegato 3, appeso in agenzia e inserite all'interno dei corsi di formazione per gli addetti all'attività di distribuzione assicurativa.

Le modalità di incasso sono stabilite dalle singole imprese di assicurazione e prevedono, in particolare:

- Fogli cassa, con allegate fotocopie assegni e tracciabilità dei bonifici effettuati, indicanti data di incasso.

Obblighi di separazione patrimoniale (art. 63)

L'agenzia ha provveduto ad aprire un conto corrente (conto premi) conforme all'art. 117 del Codice in materia di obblighi di separazione patrimoniale, per i premi assicurativi versati all'agenzia e le somme destinate ai risarcimenti o ai pagamenti dovuti dalle imprese, costituente patrimonio autonomo e separato rispetto a quello dell'agenzia. Il conto premi è stato intestato con la dicitura "... intermediario assicurativo art. 117" per i conti premi plurimandatari e con la dicitura "... agente compagnia" per i conti premi monomandatari. Ove previsto, il conto premi può anche essere intestato direttamente all'impresa.

Il numero dei conti separati aperti deve essere scelto al fine di garantire, anche in sede di procedimenti esecutivi, l'attribuzione delle somme alle singole imprese proponenti e ai rispettivi assicurati.

L'elenco dei conti correnti bancari o postali è indicato nell'allegato:

P8.5ALL30 "Elenco conti separati"

Il versamento avviene con immediatezza e comunque non oltre i dieci giorni successivi a quello in cui i premi sono stati ricevuti. Il versamento può essere effettuato al netto delle provvigioni spettanti agli intermediari nel caso in cui tale modalità sia consentita dalle imprese proponenti.

Agli intermediari non sono consentiti versamenti temporanei dei premi e delle somme destinate ai risarcimenti o ad altre prestazioni assicurative dovute dalle imprese nei conti correnti diversi dal conto corrente separato.

Gli intermediari rimettono all'impresa le somme percepite a titolo di premi secondo le indicazioni ed istruzioni dalla stessa impartite

Fidejussione bancaria (art.64)

Il conto separato può essere sostituito da una fidejussione bancaria con una capacità finanziaria pari al quattro per cento dei premi incassati, con un minimo previsto dalla normativa europea. A tal fine, i premi sono considerati al

netto degli oneri fiscali.

La fideiussione bancaria stipulata dagli intermediari iscritti nelle sezioni A, B, D o F deve prevedere l'operatività della garanzia a prima richiesta e deve assicurare il mantenimento costante delle caratteristiche indicate.

Ai fini del rilascio della fideiussione è preso a riferimento l'ammontare dei premi incassati al 31 dicembre dell'anno precedente a quello della stipulazione.

In caso di più incarichi di distribuzione o accordi di libera collaborazione, per determinare l'importo della fideiussione bancaria, il quattro per cento dei premi incassati previsto dal comma 1 è calcolato sul monte premi netto, complessivamente incassato dall'intermediario, indipendentemente dalla quota afferente ai singoli accordi, risultante al 31 dicembre dell'anno precedente. Annualmente, l'agenzia provvede a verificare la coerenza della fideiussione con i premi incassati al 31 dicembre dell'anno precedente a quello della stipulazione o rinnovo.

Nel fascicolo Compliance, a cura dell'agenzia deve essere opportunamente documentata:

- Elenco dei conti correnti separati o postali, allegando, per ogni conto, fotocopia dell'intestazione del conto e dichiarazione da parte della banca/posta che il conto è conforme all'art.117 del Codice.

o, in alternativa:

- Testo della fideiussione, riportante l'importo per ogni impresa e attestato versamento annuale, nonché verifica annuale coerenza importo fideiussione con i premi incassati anno precedente.

Incasso premi per i collaboratori

I collaboratori possono incassare i premi nelle seguenti modalità:

- Versamento all'agenzia,
- Versamento su conto dell'agenzia con delega al versamento,
- Versamento su conto separato intestato al collaboratore.

La modalità autorizzata è quella indicata nel relativo mandato di collaborazione.

Il collaboratore non può sostituire gli obblighi in materia di separazione patrimoniale con una fideiussione.

5.12 Rinnovi

Ogni mese sono stampate i rinnovi di polizza e consegnati agli addetti interessati.

I rinnovi non quietanzati sono riconsegnati in agenzia.

5.13 Vendita con consulenza (art. 59)

La procedura

PRO 8.5.2 "Vendita con Consulenza"

definisce le regole per la rendicontazione ed informazione della consulenza assicurativa.

5.14 Vendita tramite altre collaborazioni

Broker

In caso di rapporti di collaborazione con i broker, l'agenzia provvede a stipulare un accordo broker.

Se il rapporto di collaborazione non viene ratificato dall'impresa con autorizzazione all'incasso dei premi ai sensi dell'articolo 118 del Codice, questo si configura come rapporto di collaborazione orizzontale.

L'elenco dei broker è inglobato nel documento: *P8.5ALL50 "Elenco rapporti di collaborazione"*.

Annualmente, l'agenzia provvede a richiedere ai broker l'autocertificazione sui requisiti di onorabilità.

Al fine di garantire una corretta distribuzione dei prodotti assicurativi, anche per i broker viene chiesto di compilare i questionari di compagnia predisposti.

Collaborazioni orizzontali con altri intermediari (A, B, D)

La collaborazione orizzontale è formalizzata in un accordo scritto tra gli intermediari.

Il documento:

P8.5ALL50 "Elenco rapporti di collaborazione"

riporta i rapporti di collaborazione sottoscritti dall'agenzia.

Il rapporto di collaborazione orizzontale deve rispettare i seguenti requisiti:

- a) le informazioni relative alla percezione di tutte le remunerazioni, per le quali è prevista la comunicazione prima della sottoscrizione del contratto, sono trasmesse al cliente nell'allegato 4 o 4-bis.
- b) le informazioni sui costi e gli oneri connessi all'attività di distribuzione devono essere comunicati all'impresa di assicurazione, al fine di permetterle di adempiere a quanto previsto dal Reg. IVASS 41/2018 in materia di comunicazioni obbligatorie.
- c) deve richiamare il rispetto di quanto previsto dalle disposizioni regolamentari IVASS in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi e nello specifico:
 - le informazioni relative ai prodotti assicurativi ricevute dal produttore siano trasmesse dall'agenzia a tutti gli intermediari proponenti;
 - le definizioni del mercato di riferimento effettivo e del mercato di riferimento negativo effettivo siano comunicate prima della relativa distribuzione dall'agenzia all'intermediario proponente, dal proponente all'agenzia e dall'agenzia all'impresa.
 - l'obbligo di compilazione del questionario dell'impresa idoneo a valutare l'appartenenza al mercato di riferimento, l'impresa può ottenere le informazioni sulla distribuzione dei prodotti assicurativi necessarie ad adempiere agli obblighi previsti dai regolamenti, con particolare riferimento alle vendite che non appartengono al mercato di riferimento
- d) viene richiamato il rispetto dell'obbligo di inserimento negli allegati 4 e 4bis della corretta e completa informativa in relazione al fatto che l'attività è svolta in collaborazione tra più intermediari, di cui è indicata l'identità, la sezione di appartenenza e il ruolo svolto dai medesimi nell'ambito della forma di collaborazione adottata.

Nell'informativa precontrattuale viene inoltre comunicato che gli intermediari assicurativi che svolgono attività di intermediazione in collaborazione tra di loro rispondono in solido per gli eventuali danni sofferti dal cliente a cagione dello svolgimento di tale attività, salve le reciproche rivalse nei loro rapporti interni.

Al fine di assicurare quanto sopra precisato è stata prevista la procedura

PRO 8.5.3 Vendita mediante collaborazioni orizzontali

Segnalatori

In caso di utilizzo di segnalatori, nell'accordo di segnalazione viene indicato il divieto di svolgere qualunque attività possa essere identificata come "distribuzione assicurativa".

5.15 Contratti in forma collettiva (art. 66)

Nei contratti in forma collettiva in cui gli aderenti sostengono in tutto o in parte, direttamente o indirettamente, l'onere del pagamento dei premi, il documento:

P8.5ALL60 "Modulo di adesione"

per l'aderente comprende le seguenti disposizioni:

- informativa sui conflitti di interesse e informativa sulle remunerazioni (o, in alternativa, consegna all'allegato 4 o 4bis comprendente tali informative),
- consegna della documentazione informativa precontrattuale e quella contrattuale prevista dalle vigenti disposizioni,
- valutazione delle richieste ed esigenze del contraente.

In caso di vendita con consulenza, vanno rispettate le indicazioni previste.

Gli obblighi di cui al presente comma sono adempiuti dal distributore, anche attraverso la collaborazione del contraente, fermo il dovere di vigilanza sull'operato di quest'ultimo di cui è responsabile. La consegna agli aderenti della documentazione precontrattuale e contrattuale è effettuata con le modalità scelte dal contraente ai sensi dell'articolo 120-quater del Codice.

Con riferimento ai contratti in forma collettiva che prevedono un'assicurazione accessoria ad un prodotto o servizio e l'importo dei premi complessivamente dovuti per la copertura, indipendentemente dalle modalità di rateazione, non sia superiore a 100 euro, il distributore consegna anche all'aderente, con le modalità di cui al comma 1, la documentazione di cui all'articolo 185, commi 1 e 2, del Codice e relative disposizioni di attuazione.

Nei contratti in forma collettiva, gli assicurati che non sostengono, neppure in parte, l'onere del pagamento del premio, ricevono l'informativa contrattuale con le modalità di cui all'articolo 9, comma 3, lettere b) e c), del Regolamento IVASS in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi.

5.16 Promozione e Collocamento di contratti assicurativi a distanza (art. 69 e ss)

La procedura

PRO 8.5.1 "Vendita a distanza"

definisce le regole per la promozione e il collocamento di contratti assicurativi a distanza.

5.17 Vendita abbinata (art. 59-bis)

I distributori che propongono prodotti assicurativi insieme a un prodotto o servizio diverso da un'assicurazione, come parte di un pacchetto o dello stesso accordo, forniscono al contraente, anche avvalendosi dei documenti precontrattuali di cui al Regolamento IVASS n. 41 del 2018, la descrizione adeguata delle diverse componenti dell'accordo o del pacchetto e l'evidenza separata dei costi e degli oneri di ciascun componente, nonché del modo in cui la sua composizione modifica i rischi o la copertura assicurativa.

In caso di distribuzione con consulenza di un prodotto assicurativo come parte di un pacchetto o dello stesso accordo, i distributori assicurano che l'intero pacchetto o accordo sia adeguato alle esigenze del cliente. In caso di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi e le esigenze assicurative del cliente e l'appropriatezza del pacchetto di servizi o prodotti nel suo insieme.

5.18 Partecipazione a gare pubbliche

L'agenzia partecipa alle gare pubbliche secondo le modalità definite dal bando, seguendo, in particolare, le relative istruzioni in merito a:

- modalità di recapito dell'offerta
- contenuto del plico
- modalità di svolgimento della gara.

5.19 Gestione sinistri

I sinistri sono gestiti seguendo la procedura dell'impresa interessata, sui sistemi informatici messi a disposizione.

Particolare attenzione viene posta sulla data di caricamento del sinistro entro i termini stabiliti e sulle modalità di coordinamento con il liquidatore dell'impresa.

5.20 Conservazione della documentazione (art. 67)

I distributori conservano, per la durata del rapporto ovvero per altro termine maggiore previsto dalla legge e, in ogni caso, per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto, la documentazione concernente:

- 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 ai sensi dell'articolo 66; 46
- c) le proposte di assicurazione e gli altri documenti sottoscritti dai contraenti;
- d) la formazione professionale e l'aggiornamento professionale di cui alla Parte IV, inclusa l'eventuale documentazione attestante la sussistenza delle cause di sospensione degli obblighi di aggiornamento professionale previste dall'articolo 89, comma 6;
- e) l'evidenza dei soggetti che svolgono attività di distribuzione nell'ambito della loro organizzazione ed ai quali si estende la copertura assicurativa di cui agli articoli 11 e 15;
- f) limitatamente alle imprese, la documentazione di cui all'articolo 114-bis, comma 2, del Codice;
- g) l'iscrizione nella sezione E dei soggetti di cui si avvalgono e l'aggiornamento professionale effettuato dagli stessi, la documentazione relativa agli accertamenti svolti ai sensi dell'articolo 48 con riguardo agli addetti operanti all'interno dei locali, nonché l'eventuale documentazione attestante la sussistenza delle cause di sospensione previste dall'articolo 89, comma 6;
- g-bis) la documentazione relativa agli adempimenti di cui all'articolo 30-decies del Codice e relative disposizioni di attuazione.

In caso di cessazione dell'incarico di distribuzione, l'obbligo di conservare la documentazione di cui al comma 1, lettere b) e c), viene meno con la riconsegna all'impresa della documentazione stessa.

La documentazione di cui ai commi 1 e 3 può essere archiviata e conservata anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o digitali, o in altra forma tecnica equivalente, nel rispetto delle disposizioni di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 e successive modificazioni e integrazioni.

Le procedure e le modalità di archiviazione e conservazione adottate devono essere idonee a garantire l'ordinata tenuta e gestione della documentazione di cui al comma 1.

6. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

7. Allegati

P8.5ALL2	Scheda cliente
P8.5ALL02bis	Scheda controllo con consulenza
P8.5ALL3	Allegato 3, informativa sul distributore
P8.5ALL04ter	Allegato 4ter Regole di comportamento del distributore
P8.5ALL05	Dichiarazione avvenuta consegna documentazione
P8.5ALL06	Elenco delle imprese di assicurazione di cui sono offerti i prodotti
P8.5ALL07	Scheda controllo elenco imprese
P8.5ALL20	Analisi delle esigenze e delle richieste del contraente
P8.5ALL30	Elenco conti separati
P8.5ALL40	Raccomandazione personalizzata
P8.5ALL50	Elenco rapporti di collaborazione
P8.5ALL60	Modulo di adesione
PC	Piano controlli

8. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

PRO 8.5.1

Vendita a Distanza

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo di Applicazione](#)
- [3. Normativa di riferimento](#)
- [4. Terminologia](#)
- [5. Attività](#)
 - [5.1 Requisiti generali](#)
 - [5.1.1 Valutazione processi di vendita a distanza](#)
 - [5.1.2 Autorizzazione e assunzione di responsabilità](#)
 - [5.1.3 Divieto di Discriminazione](#)
 - [5.1.3 Informazioni precontrattuali](#)
 - [5.2 Attività Promozionale](#)
 - [5.2.1 Collocamento di contratti non richiesti](#)
 - [5.2.2 Comunicazioni commerciali non richieste](#)
 - [5.2.3 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza](#)
 - [5.2.4 RegISTRAZIONI delle comunicazioni commerciali](#)
 - [5.3 Tecniche di vendita a distanza](#)
 - [5.3.1 Sito Internet](#)
 - [5.3.2 Call Center](#)
 - [5.3.3 Profili Social Network](#)
 - [5.4 Servizio di comparazione](#)
 - [5.5 Trasmissione della documentazione](#)
 - [5.5.1 Modalità](#)
 - [5.5.2 Tempistica per l'invio della documentazione](#)
 - [5.6 Conservazione della documentazione e delle registrazioni](#)
- [6. Sistema di controllo interno](#)
- [7. Allegati](#)
- [8. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
1	09.01.2023	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
0	24.01.2022	Reg. IVASS 40/2018	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

La presente procedura descrive le modalità operative, messe in atto dall'agenzia, per distribuire i prodotti assicurativi mediante tecniche di comunicazione a distanza e garantire gli adempimenti normativi in materia di informativa, collocamento del prodotto e tutela del contraente.

2. Campo di Applicazione

La procedura si applica alla promozione e al collocamento di prodotti assicurativi, effettuati dall'agenzia e dai relativi addetti, tramite tecniche di comunicazione interamente a distanza e aventi ad oggetto:

- a) contratti di assicurazione sulla vita rivolti a contraenti aventi il domicilio abituale o, se persone giuridiche, la sede legale, nel territorio della Repubblica;
- b) contratti di assicurazione contro i danni per la copertura di rischi ubicati nel territorio della Repubblica.

La procedura non si applica alla promozione e al collocamento - tramite internet - di contratti di assicurazione a condizione che:

- a) il sito internet contenga l'esplicita avvertenza che il relativo contenuto è rivolto solo a contraenti con domicilio abituale o, se persone giuridiche, con sede legale in Stati diversi dall'Italia, per quanto riguarda i contratti di assicurazione sulla vita, e alla copertura di rischi ubicati al di fuori dell'Italia, per quanto riguarda i contratti di assicurazione contro i danni;
- b) il sito internet disponga di procedure tecniche tali da rifiutare proposte o adesioni provenienti da contraenti con domicilio abituale o, se persone giuridiche, con sede legale in Italia, per quanto riguarda i contratti di assicurazione sulla vita, ovvero proposte o adesioni relative alla copertura di rischi ubicati in Italia, per quanto riguarda i contratti di assicurazione contro i danni.

3. Normativa di riferimento

Decreto Legislativo N. 209/2005
Codice delle Assicurazioni Private

Regolamento IVASS n. 40/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Decreto Legislativo n. 206/2005
Codice del Consumo

4. Terminologia

“call center”: un insieme di risorse umane e di infrastrutture specializzate che consente contatti e comunicazioni multicanale con i contraenti.

“tecniche di comunicazione a distanza”: qualunque tecnica di contatto con la clientela che, senza la presenza fisica e simultanea del distributore e del contraente, possa essere impiegata per il collocamento a distanza di contratti assicurativi e riassicurativi.

“vendita a distanza”: qualunque modalità di vendita che, senza la presenza fisica e simultanea del distributore e del contraente, possa essere impiegata per il collocamento a distanza di contratti assicurativi e riassicurativi.

5. Attività

5.1 Requisiti generali

5.1.1 Valutazione processi di vendita a distanza

In fase di analisi dei processi, effettuato dal Referente Compliance, sono svolte verifiche al fine di stabilire se tutte le fasi del processo distributivo avvengono a distanza, cioè senza la contemporanea presenza di intermediario e cliente. In tal caso, si rientra nell'applicazione del regolamento in materia di vendita a distanza.

Particolare attenzione va posta nell'analisi di singole attività, in quanto potrebbe essere considerata applicabile la normativa anche in assenza di un'apposita struttura organizzata a ciò deputata.

L'esito della valutazione è indicato in apposita relazione o all'interno dell'audit report.

5.1.2 Autorizzazione e assunzione di responsabilità

Al fine di svolgere l'attività di promozione e collocamento a distanza dei prodotti assicurativi, l'agenzia deve:

- a) inviare preventivamente alla compagnia preponente una comunicazione (opportunamente archiviata nel fascicolo compliance), concernente l'utilizzo delle tecniche di collocamento a distanza, dalla quale risultano le modalità e l'oggetto, nonché l'impegno a osservare la normativa di riferimento e a comunicare ogni variazione della procedura;
- b) osservare le indicazioni e le istruzioni impartite dalle imprese preponenti con riferimento all'utilizzo professionale di siti internet, profili di social network ed eventuali applicazioni, e verificare la conformità alle medesime indicazioni e istruzioni dei siti internet e dei profili di social network utilizzati dai propri addetti iscritti nella sezione E;
- c) assumere nei confronti della compagnia preponente ogni responsabilità, anche derivante dall'eventuale intervento di propri addetti, connessa allo svolgimento dell'incarico tramite tecniche a distanza.

5.1.3 Divieto di Discriminazione

Nella promozione e nel collocamento di contratti di assicurazione a distanza l'agenzia non può utilizzare procedure che impediscano a determinate categorie di contraenti di:

- contattare l'agenzia stessa;
- concludere il contratto a distanza, nel caso di contratti di assicurazione obbligatoria della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli a motore e dei natanti.

Nello specifico l'agenzia non può utilizzare di filtri basati sul prefisso telefonico del chiamante e di meccanismi o comportamenti idonei a bloccare od ostacolare l'elaborazione di preventivi o la prosecuzione della vendita su internet per effetto dell'inserimento di particolari valori o informazioni, quali il luogo di residenza o altri fattori di discriminazione territoriale.

5.1.3 Informazioni precontrattuali

La procedura di collocamento del prodotto a distanza prevede che il contraente riceva (al primo contatto e in ogni caso prima della sottoscrizione di una proposta o - qualora non prevista - della conclusione del contratto di assicurazione):

- a) le seguenti informazioni:
 - identità del distributore e della persona che entra in contatto con il contraente e il suo rapporto con il distributore assicurativo;
 - il prezzo totale, comprese le imposte, che il contraente dovrà corrispondere;
 - l'informativa relativa al compenso ricevuto in relazione al contratto distribuito;
 - l'informativa sul diritto di recesso ai sensi dell'articolo 67-*duodecies* del Codice del Consumo;
 - l'informativa precontrattuale degli allegati 3-4-4ter o in caso di polizze assicurative di investimento degli allegati 3-4bis-4ter;
 - il set informativo composto da: DIP DANNI/DIP aggiuntivo DANNI/DIP aggiuntivo RC auto o al DIP VITA/DIP aggiuntivo VITA o DIP aggiuntivo MULTIRISCHI o al KID/DIP aggiuntivo IBIP, le condizioni di assicurazione, comprensive di glossario, un modulo di proposta o, ove non previsto, il modulo di polizza;
- b) la comunicazione che ha il diritto di ricevere e di trasmettere la documentazione precontrattuale e contrattuale su supporto cartaceo, oppure su un supporto durevole non cartaceo, e di modificare la modalità prescelta;
- c) la comunicazione che la polizza sottoscritta dovrà essere ritrasmessa, anche attraverso un qualsiasi mezzo telematico o informatico.

5.2 Attività Promozionale

5.2.1 Collocamento di contratti non richiesti

L'agenzia non è può collocare contratti di assicurazione, anche in forma collettiva, mediante tecniche di comunicazione a distanza, senza il preventivo consenso espresso del contraente o dell'aderente.

L'assenza di risposta o il mancato dissenso non possono essere considerati dall'agenzia come espressione del consenso del contraente.

In caso di coperture assicurative proposte in abbinamento a beni o servizi di diversa natura, l'agenzia non può utilizzare modalità di presentazione del prodotto che prevedano l'accettazione automatica di quanto non richiesto e, in ogni caso, meccanismi di opt-out che, se non azionati dal destinatario, possano far ritenere accettata l'offerta assicurativa.

5.2.2 Comunicazioni commerciali non richieste

L'agenzia deve richiedere il preventivo consenso del contraente per le comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione, l'invio di materiale pubblicitario, per la vendita a distanza, per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazioni commerciali.

L'agenzia predispone strumenti per l'acquisizione del consenso del contraente e adotta procedure tali da consentire l'evidenza della prestazione del consenso.

Il consenso deve essere prestato in maniera esplicita, in relazione alle diverse tipologie di comunicazione, senza oneri per il contraente ed è revocabile in ogni momento.

L'agenzia può utilizzare le tecniche di comunicazione a distanza di cui sopra senza acquisire il previo consenso del contraente medesimo nel caso in cui questo abbia già fornito i propri recapiti in occasione della commercializzazione di un contratto di assicurazione relativo allo stesso ramo assicurativo o ad altri rami, purché il prodotto sia distribuito dalla medesima impresa.

L'agenzia in occasione di ciascuna comunicazione effettuata di cui sopra deve informare il contraente della possibilità di opporsi, in ogni momento e senza oneri, alla ricezione di ulteriori comunicazioni, indicando le relative modalità.

5.2.3 Comunicazioni commerciali mediante tecniche di comunicazione a distanza

L'agenzia quando effettua comunicazioni commerciali con tecniche di comunicazione a distanza deve informare il contraente in occasione di ciascuna comunicazione:

- a) se la comunicazione commerciale è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi;
- b) della provenienza dei dati personali del contraente e del loro utilizzo;
- c) che ha diritto di revocare - in ogni momento e senza oneri - il consenso all'utilizzo della comunicazione commerciale e di opporsi alle comunicazioni
- d) delle modalità per l'esercizio dei diritti di cui alla lettera c);
- e) che saranno registrate le conversazioni o le comunicazioni telefoniche che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi;
- f) che, con riferimento ai prodotti IBIPs, saranno registrate anche le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche rese nell'ambito dello svolgimento dell'attività di distribuzione che non hanno condotto all'effettiva conclusione di contratti assicurativi.

L'agenzia deve assicurarsi che qualora tali comunicazioni siano effettuate da soggetti terzi, quest'ultimi rispettino le seguenti prescrizioni:

- a) siano accompagnate dalle informazioni di cui ai punti elencati nel precedente paragrafo dalla lettera a) alla lettera f);
- b) indichino il nominativo dell'agenzia, per la quale commercializzano il contratto di assicurazione;
- c) in caso di comunicazione effettuata mediante siti internet, prevedano un link ipertestuale al sito internet o al profilo di social network del distributore ovvero l'indicazione del relativo indirizzo.

5.2.4 RegISTRAZIONI delle comunicazioni commerciali

L'agenzia adotta specifiche misure per registrare le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche effettuate, trasmesse o ricevute attraverso apparecchiature elettroniche.

Per facilitare l'operatività e minimizzare possibili errori o dimenticanze e rispettare nel contempo quanto necessario per ottemperare la normativa, sono stati predisposti due modelli di supporto (SCRIPT) per la registrazione della telefonata.

Tali registrazioni sono conservate per il periodo di 5 anni.

5.3 Tecniche di vendita a distanza

5.3.1 Sito Internet

L'agenzia deve essere titolare del dominio del sito internet.

La struttura del sito deve essere sviluppata sulla base delle disposizioni normative previste dal Reg. IVASS n. 40/2018 ed integrata con l'indicazione ricevute dall'impresa preponente di cui vengono distribuiti i prodotti.

La conformità del sito a tali disposizioni viene verificata periodicamente, come da report archiviato nel fascicolo di Sistema Gestione Compliance (*Valutazione conformità Sito Internet*).

- Presentazione dell'Home Page

L'Home Page deve contenere in maniera chiara e visibile, le seguenti informazioni:

- a) i dati identificativi dell'intermediario, il numero di iscrizione nel Registro e l'indirizzo del sito *internet* dove consultare gli estremi della relativa iscrizione;
- b) la sede legale e le eventuali sedi operative;
- c) il recapito telefonico, il numero di telefax, l'indirizzo di posta elettronica e, laddove previsto, l'indirizzo di posta elettronica certificata;
- d) il codice identificativo amministrativo assegnato dalla compagnia mandante
- e) di essere soggetto alla vigilanza dell'IVASS;
- f) l'indirizzo del sito internet IVASS dove consultare gli estremi della relativa iscrizione al RUI (<https://servizi.ivass.it/RuirPubblica>)
- g) i recapiti per la presentazione dei reclami e la facoltà per il contraente di avvalersi di altri eventuali sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie previsti dalla normativa vigente.

- Procedure per il collocamento tramite sito internet

Sul sito devono essere disponibili le informazioni relative alle procedure per il collocamento dei prodotti e nella specie:

- a) le informazioni relative alle diverse fasi che il contraente deve seguire per concludere il contratto (c.d. condizioni di utilizzo del servizio); in ogni caso il contraente è informato - immediatamente prima della fase di perfezionamento del contratto - delle conseguenze che tale operazione comporta;
- b) le informazioni dei mezzi tecnici e delle modalità per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati con la precisazione che tali errori possono essere corretti prima della conclusione del contratto;
- c) l'informativa precontrattuale degli allegati 3 e 4ter.

5.3.2 Call Center

L'agenzia assume la piena responsabilità dell'operato degli addetti del *call center* e individua - per ciascuna sede - un collaboratore iscritto nella sezione E del Registro, incaricato del coordinamento e del controllo della relativa attività.

L'agenzia assicura:

a) che gli addetti del *call center*:

- siano in possesso di adeguate competenze professionali e di un'appropriata conoscenza delle caratteristiche dei contratti e dei servizi offerti;
- forniscano al primo contatto il proprio codice identificativo o le proprie generalità, il nominativo dell'agenzia;
- forniscano risposte uniformi tra loro e conformi alle condizioni contrattuali.

b) che il contraente:

- possa, a richiesta, essere messo in contatto con l'incaricato del coordinamento e del controllo del *call center*;
- riceva le informazioni in lingua italiana e in modo corretto, esauriente e facilmente comprensibile;
- sia informato se la comunicazione commerciale è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi;
- sia edotto della provenienza dei dati personali, del loro utilizzo, del diritto di revocare in ogni momento il consenso all'utilizzo, delle modalità per l'esercizio dei diritti di revoca;
- sia informato della circostanza che saranno registrate le conversazioni o le comunicazioni telefoniche che danno luogo alla conclusione di contratti assicurativi;
- sia informato che, con riferimento ai prodotti IBIPs, saranno registrate anche le conversazioni telefoniche e le comunicazioni elettroniche rese nell'ambito dello svolgimento dell'attività di distribuzione che non hanno condotto all'effettiva conclusione di contratti assicurativi;

c) che il contraente riceva - altresì - l'informativa precontrattuale e contrattuale prevista.

5.3.3 Profili Social Network

L'agenzia deve essere titolare del *Profilo Social Network* - dedicato alla promozione e al collocamento dei prodotti assicurativi - è l'agenzia.

La struttura del profilo social deve essere sviluppata sulla base delle disposizioni normative previste dal Reg. IVASS n. 40/2018 ed integrata con l'indicazione ricevute dall'impresa preponente di cui vengono distribuiti i prodotti, come descritto nel precedente paragrafo (5.3.1 Sito Internet) di cui sopra.

La struttura e le informative contenute nel *Profilo Social* sono periodicamente verificate, come da report archiviato nel fascicolo di Sistema Gestione Compliance (Valutazione conformità Profilo Social Network).

5.4 Servizio di comparazione

L'agenzia che svolge - attraverso il sito internet o altri mezzi - servizi di comparazione dei prodotti assicurativi relativi a specifici rami, deve garantire:

- a) che i dati relativi alla quota di mercato comparata e l'elenco delle imprese di assicurazione, con le quali l'agenzia ha sottoscritto accordi finalizzati alla comparazione delle polizze, siano pubblicati nell'*Home Page del sito* o in una pagina direttamente accessibile dall'*Home Page*;
- b) che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate;
- c) che l'utente è informato dei motivi che hanno impedito la quotazione di una o più delle imprese comparate;
- d) che le comparazioni dei prodotti siano basate non soltanto sul prezzo, ma anche sulle caratteristiche principali delle polizze, in base a uno *standard* uniforme, tale da agevolare il confronto tra le diverse offerte;
- e) che i processi utilizzati per la rilevazione delle esigenze assicurative del contraente e di quotazione delle garanzie consentano di selezionare una gamma di prodotti tutti rispondenti alle esigenze del contraente;
- f) che le modalità operative adottate siano idonee ad evitare forme di abbinamento forzato delle coperture accessorie a contratti assicurativi della responsabilità civile auto e meccanismi di attribuzione automatica di garanzie non richieste e per le quali non sia stata manifestata espressamente la volontà di adesione (*opt-out*);
- g) che sia rispettato il principio della disclosure (trasparenza) delle remunerazioni, riconosciute da ciascuna delle imprese per il servizio di comparazione, nonché dei compensi riconosciuti dalle imprese, per ciascuna polizza, in caso di conclusione del contratto (ex articolo 120-bis del CAP);
- h) che le comunicazioni pubblicitarie siano: chiaramente identificabili; siano state preventivamente autorizzate dalle compagnie preponenti; siano fornite in modo corretto, chiaro, non fuorviante, imparziale e complete, come disposto dall'articolo 54, comma 2 Reg IVASS 40/2018;
- i) che sia garantita la riservatezza delle informazioni acquisite in ragione dell'attività svolta in linea con quanto previsto dall'articolo 54, comma 4 Reg IVASS 40/2018.

5.5 Trasmissione della documentazione

5.5.1 Modalità

L'agenzia che colloca i prodotti assicurativi tramite tecniche a distanza deve consentire al contraente di scegliere le modalità di trasmissione della documentazione (quali: supporto cartaceo, oppure supporto durevole non cartaceo) e la possibilità di modificare la modalità prescelta.

L'agenzia si deve dotare di adeguati sistemi per mantenere in evidenza la scelta effettuata dal contraente circa le modalità di trasmissione/ricezione della documentazione e le informazioni attestanti l'adempimento degli obblighi informativi.

Nel caso di stipulazione di contratti di assicurazione obbligatoria della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli a motore, la trasmissione del certificato di assicurazione avviene su supporto cartaceo tramite posta o, ove il contraente abbia manifestato il consenso a ricevere la documentazione su supporto durevole, anche tramite posta elettronica.

La trasmissione della carta verde avviene su supporto cartaceo.

5.5.2 Tempistica per l'invio della documentazione

L'agenzia deve trasmettere la seguente documentazione:

- a) entro cinque giorni dalla conclusione del contratto, la polizza, salvo che la stessa sia stata formata come documento informatico nel rispetto delle disposizioni normative vigenti in materia;
- b) in corso di contratto, le comunicazioni previste dalla normativa vigente.

Nel caso di stipulazione di contratti di assicurazione obbligatoria della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli a motore, avviene, nei termini di cui all'articolo 11 del Regolamento ISVAP n. 13 del 6 febbraio 2008.

5.6 Conservazione della documentazione e delle registrazioni

L'agenzia deve conservare la documentazione inviata al contraente e le registrazioni delle telefonate per la durata del rapporto, ovvero per altro termine maggiore previsto dalla legge e, in ogni caso, per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto.

La conservazione può avvenire anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o digitali, o in altra forma tecnica equivalente.

6. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

7. Allegati

- Relazione Valutazione processi di vendita a distanza
- Valutazione conformità Sito Internet
- Valutazione conformità Profilo Social Network
- Script Modello di supporto registrazione della telefonata

8. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

PRO 8.5.2

Vendita con Consulenza

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo di Applicazione](#)
- [3. Normativa di riferimento](#)
- [4. Terminologia](#)
- [5. Consulenza](#)
 - [5.1 Consulenza nella distribuzione](#)
 - [5.2 Consulenza remunerata art. 119-ter](#)
 - [5.3 Consulenza obbligatoria art. 121-septies](#)
 - [5.4 Consulenza su base indipendente](#)
- [6. Aspetti Fiscali](#)
- [7. Sistema di controllo interno](#)
- [8. Allegati](#)
- [9. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
0	09.01.2023	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

La presente procedura descrive le modalità operative, messe in atto dall'agenzia, nella distribuzione dei prodotti assicurativi tramite la consulenza e garantire gli adempimenti normativi in materia di informativa, remunerazione, collocamento del prodotto e tutela del contraente.

2. Campo di Applicazione

Il presente documento si applica a tutti i prodotti assicurativi intermediati dall'agenzia

3. Normativa di riferimento

Decreto Legislativo N. 209/2005
Codice delle Assicurazioni Private

Regolamento IVASS n. 40/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20
Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Regolamento Delegato UE 2017/2359
Gli obblighi di informazione e le norme di comportamento applicabili alla distribuzione di prodotti di investimento assicurativi

Direttiva UE 2016/97
Sulla distribuzione assicurativa

4. Terminologia

“consulenza”: l'attività consistente nel fornire raccomandazioni personalizzate ad un cliente, su richiesta dello stesso o su iniziativa del distributore, in relazione ad uno o a più contratti di assicurazione.

“raccomandazione personalizzata”: è una raccomandazione rilasciata a un cliente, dietro sua richiesta o per iniziativa del prestatore del servizio, riguardo una o più operazioni relative ad un determinato prodotto assicurativo. La raccomandazione è personalizzata quanto è presentata come adatta per il cliente o è basata sulla considerazione delle caratteristiche del cliente. Una raccomandazione non è personalizzata se viene diffusa al pubblico mediante canali di distribuzione.

5. Consulenza

5.1 Consulenza nella distribuzione

La consulenza rientra nelle attività della distribuzione assicurativa come definito dall'art. 106 del CAP, questa attività viene svolta in ogni distribuzione di polizza semplicemente analizzando le esigenze del cliente per poter distribuire il prodotto più adatto.

Tale attività viene remunerata tramite la provvigione, per cui non occorre indicare nulla nell'informativa precontrattuale o fornire documenti aggiuntivi.

5.2 Consulenza remunerata art. 119-ter

La consulenza può essere remunerata ai sensi dell'art. 119-ter quando viene svolta prima della conclusione di un contratto di assicurazione; questa consulenza deve essere accompagnata da una raccomandazione personalizzata contenente i motivi per cui un particolare contratto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo; per questo motivo la "consulenza con raccomandazione" non si può basare sul semplice sconto o ricerca del contratto meno esoso.

La consulenza remunerata si può svolgere per tutti i tipi di rami a condizione che l'attività di consulenza non sia imposta dalla compagnia, in tale caso la consulenza non potrà essere remunerata.

Gli agenti assicurativi monomandatari o plurimandatari potrà effettuare la consulenza remunerata ai sensi dell'articolo 119-ter, comma 3, del CAP mentre il broker la effettuerà ai sensi dell'articolo 119-ter, comma 4; tale attività andrà indicata nell'allegato 4 nella sezione relativa alle informazioni sull'attività di distribuzione nel quale andrà indicato le attività di consulenza svolte o dovrà essere indicato dove trovare tali informazioni.

L'attività di consulenza remunerata può essere svolta anche da un subagente, a condizione che l'agente ne sia a conoscenza ed abbia acconsentito alla pratica e che siano rispettati gli obblighi di trasparenza e di remunerazione.

Nell'allegato 4 andrà evidenziato anche la remunerazione per l'attività di consulenza, indicando nella sezione relativa alle informazioni relative alle remunerazioni l'onorario corrisposto direttamente dal cliente inserendo la cifra pattuita per la consulenza o indicando in quale documento trovarlo.

In caso di consulenza remunerata andrebbe fornito anche l'incarico di consulenza (allegato 1) in cui l'agenzia viene incaricata di fornire la prestazione remunerata della consulenza, in questo documento si può indicare il compenso percepito per l'attività in modo da non doverlo inserire nell'allegato 4.

In ogni caso ad completamento della procedura dovrà essere consegnata una raccomandazione personalizzata (allegato 2) al contraente e conservata in agenzia, il documento contiene i motivi per cui un particolare contratto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo; il documento può anche essere generato da applicativi digitali a condizione che la raccomandazione assuma i termini della personalizzazione, ovvero soddisfi le seguenti condizioni:

1. La raccomandazione è rivolta ad una persona nella sua qualità di contraente o potenziale contraente;
2. La raccomandazione è basata sulla considerazione delle caratteristiche del cliente, ovvero presentata come adatta per il cliente a cui è rivolta.

L'agenzia deve conservare la documentazione inviata al contraente per la durata del rapporto, ovvero per altro termine maggiore previsto dalla legge e, in ogni caso, per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto.

La conservazione può avvenire anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o digitali, o in altra forma tecnica equivalente.

5.3 Consulenza obbligatoria art. 121-septies

La consulenza è resa obbligatoria per i prodotti IBIP's complessi dal regolamento 40/2018 art. 68-duodecies, la consulenza può anche essere resa obbligatoria da parte della compagnia per altre tipologie di prodotti vita tra cui anche gli IBIP's non complessi.

In questi casi la consulenza deve essere per forza documentata e personalizzata ma non può essere remunerata, a meno che non si effettui una valutazione periodica dell'adeguatezza ma essendo una casistica molto limitata non è indicato effettuare la consulenza remunerata.

La consulenza obbligatoria rientra soprattutto nei prodotti IBIP's perciò sarà nell'allegato 4-bis dove si andrà ad indicare l'attività svolta indicando che viene effettuata la consulenza obbligatoria ed in caso si effettui la valutazione periodica dell'adeguatezza va anch'esse segnalata nella sezione relativa alle attività di distribuzione e di consulenza. In ogni caso ad completamento della procedura dovrà essere consegnata una raccomandazione personalizzata (allegato 2) al contraente e conservata in agenzia, il documento contiene i motivi per cui un particolare contratto è ritenuto più indicato a soddisfare le richieste e le esigenze del contraente medesimo; il documento può anche essere generato da applicativi digitali a condizione che la raccomandazione assuma i termini della personalizzazione, ovvero soddisfi le seguenti condizioni:

La raccomandazione è rivolta ad una persona nella sua qualità di contraente o potenziale contraente;

La raccomandazione è basata sulla considerazione delle caratteristiche del cliente, ovvero presentata come adatta per il cliente a cui è rivolta.

In questo caso la raccomandazione personalizzata sarà collegata alla valutazione di adeguatezza per i prodotti IBIP's complessi e alla valutazione di appropriatezza per i prodotti IBIP's non complessi, per la parte operativa rimando alla procedura sulla distribuzione dei prodotti IBIP's.

Tale consulenza non è remunerata direttamente in quanto la remunerazione è l'incentivo ricevuto da parte della compagnia per la distribuzione del prodotto; per alcune compagnie il management fee viene considerato un incentivo ammissibile solamente la consulenza obbligatoria viene accompagnato da una valutazione periodica dell'adeguatezza, in tale caso va segnalato nell'allegato 4-bis

L'agenzia deve conservare la documentazione inviata al contraente per la durata del rapporto, ovvero per altro termine maggiore previsto dalla legge e, in ogni caso, per almeno cinque anni dalla cessazione del rapporto.

La conservazione può avvenire anche mediante supporti magnetici, microfilmature, supporti ottici o digitali, o in altra forma tecnica equivalente.

5.4 Consulenza su base indipendente

La consulenza su base indipendente è attività prevista dal regolamento TUF e dalla MIFID; tuttavia nel modello assicurativo non è possibile attuarla in quanto per potersi identificare come consulenza indipendente occorre rispettare i due seguenti requisiti:

- 1) Deve essere valutata una congrua gamma di prodotti disponibili nel mercato e tale offerta non deve essere limitata dal prestatore del servizio o da entità che hanno con esso stretti legami o da altre entità che hanno un rapporto con il prestatore del servizio stretti legami o rapporti legali o economici, come un rapporto contrattuale talmente stretto da comportare il rischio di compromettere l'indipendenza della consulenza prestata;
- 2) Non sono accettati e trattenuti onorari, commissioni o altri benefici monetari o non monetari forniti da terzi o da una persona che agisce per conto di terzi, ad eccezione dei benefici non monetari di entità minima che possono migliorare la qualità del servizio offerto ai clienti e che, per la loro portata e natura, non possono essere considerati tali da pregiudicare il rispetto del dovere di agire nel migliore interesse dei clienti.

Per questi motivi la consulenza su base indipendente è inserita nei regolamenti IVASS ma non può trovare attuazione.

6. Aspetti Fiscali

Gestita la parte documentale di informativa e di trasparenza è possibile emettere la fattura di consulenza, la quale deve riportare (in caso di fattura comprensiva di premio e consulenza) separatamente gli importi delle due onerosità.

Ricordo che la consulenza assicurativa è esente da IVA: il riferimento normativo è l'articolo 10 del D.P.R. 633/1972, che elenca tutti quei casi di esenzione IVA tra cui anche l'attività di consulenza assicurativa, nella fattura dovrà essere citato il riferimento normativo.

Inoltre, l'Agenzia delle Entrate, con la risoluzione 267/E del 30 ottobre 2009, ha stabilito che la consulenza e l'assistenza assicurativa rientrano nella categoria delle intermediazioni assicurative, essendo quindi anche loro esenti iva.

La separazione degli importi assume particolare importanza nel caso non si presenti la fidejussione bancaria ai sensi dell'articolo 117 comma 3bis del CAP, in quanto all'interno del conto separato deve essere trasparente quale parte del pagamento si riferisca al premio e quale alla consulenza, nel caso della fidejussione il problema non si pone.

Il cliente può quindi alternativamente effettuare:

- 1) Due pagamenti separati, uno per il premio e uno per la consulenza.
- 2) Unico pagamento, specificando nella causale del bonifico le singole voci con il rispettivo ammontare, pagando su conto separato.

Tuttavia, in quest'ultimo caso è necessario che l'agenzia proceda tempestivamente al giroconto dell'importo relativo al compenso per la consulenza dal conto separato al conto di gestione.

7. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

8. Allegati

- Allegato 1: Incarico di consulenza remunerata con informativa precontrattuale

9. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

Allegato 1

Intermediario assicurativo
DENOMINAZIONE SOCIETA
SEDE LEGALE
Iscrizione RUI xxxxxxxxxx del xx-xx-xxxxx

Spett.le/egregio

Nome e cognome

C.F.

Incarico di consulenza (art. 57 comma 2, Regolamento IVASS n. 40/2018)

Il cliente conferisce l'incarico di prestazione remunerata inerente all'attività di intermediazione assicurativa atta a prestare consulenza assicurativa in merito alle esigenze manifestate e assistenza finalizzata a tale attività. Per l'incarico qui conferito il sottoscritto si impegna a corrispondere un compenso il cui importo è specificato di seguito, con emissione per ogni singolo contratto e consegna di idonea documentazione fiscale da parte dell'agenzia.

Per il servizio di consulenza Intermediazione assicurativa e gestione dei sinistri l'importo di _____ €

Si precisa che la fattura verrà emessa dall'intermediario emittente xxxxxx iscritto al rui in sezione x (xxxxxxx) avente sede legale in xxxxxx - xxxxxx xxxxxxxx (xx).

Il sottoscritto dichiara inoltre di aver ricevuto copia dell'allegato 4 - informazioni sulla distribuzione del prodotto assicurativo non-IBIP relativo alla polizza n. _____ .

Data	Firma
------	-------

INFORMAZIONI SULLA DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO ASSICURATIVO NON-IBIP

Il distributore ha l'obbligo di consegnare o trasmettere al contraente, prima della sottoscrizione di ciascuna proposta, qualora non prevista, di ciascun contratto assicurativo, il presente documento, che contiene notizie sul modello e l'attività di distribuzione, sulla consulenza fornita e sulle remunerazioni percepite.

Sezione II - Informazioni sull'attività di distribuzione e consulenza

Con riguardo al contratto proposto, l'intermediario:

- Fornisce al contraente una consulenza ai sensi dell'articolo 119-ter, comma 3, del Codice, ovvero una raccomandazione personalizzata; ove sottoscritto uno specifico incarico di consulenza.
- Fornisce una consulenza fondata su un'analisi imparziale e personale ai sensi dell'articolo 119-ter, comma 4 del Codice in quanto fondata sull'analisi di un numero sufficiente di prodotti assicurativi disponibili sul mercato che consenta di formulare una raccomandazione personalizzata secondo criteri professionali in merito al prodotto adeguato a soddisfare le esigenze del cliente;
- Distribuisce in modo esclusivo i contratti delle seguenti imprese di assicurazione:

-
- Distribuisce contratti in assenza di obblighi contrattuali che gli impongano di offrire esclusivamente i contratti di una o più imprese di assicurazione;
 - Fornisce le seguenti altre informazioni utili a garantire il rispetto delle regole di trasparenza previste dall'art. 119-bis, comma 7 del Codice:
-

Sezione III - Informazioni relative alle remunerazioni

a. natura del compenso (sono indicate più opzioni in caso di combinazione delle diverse tipologie):

- Onorario corrisposto direttamente dal cliente, importo indicato nell'incarico e preventivo di consulenza
 - Commissione inclusa nel premio assicurativo
 - Altro tipo di compenso (compresi i benefici economici di qualsiasi tipo offerti o ricevuti in virtù dell'intermediazione effettuata):
-

MAIDA ANTONIO
CORSO GARIBALDI 229/A - 88049 SOVERIA MANNELLI (CZ)
A000000193 del 01-02-2007

PRO 8.5.3

Vendita mediante collaborazioni orizzontali

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo di applicazione](#)
- [3. Riferimenti normativi](#)
- [4. Termini e definizioni](#)
- [5. Richiesta di quotazione](#)
- [6. Valutazione preventivo](#)
- [7. Emissione preventivo](#)
- [8. Verifica e completamento documentazione da parte dell'intermediario proponente](#)
- [9. Riconsegna documentazione](#)
- [10. Informazioni periodiche](#)
- [11. Sistema di controllo interno](#)
- [12. RISERVATEZZA](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
1	09.01.2023	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
0	01.08.2021	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

Specificare nell'ambito delle collaborazioni orizzontali, come definite dal *Decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221*, le istruzioni operative in materia di distribuzione assicurativa e di governo e controllo del prodotto.

2. Campo di applicazione

La presente procedura si applica ai rapporti di collaborazione orizzontale e a tutti i prodotti emessi o modificati dalle imprese mandanti a far data dal 31 marzo 2021.

3. Riferimenti normativi

Regolamento IVASS 40/18 modificato dal Provvedimento IVASS 97/20

Regolamento IVASS 45/20 Governo e controllo del prodotto

4. Termini e definizioni

"Collaborazione orizzontale": collaborazione tra intermediari operativi iscritti nelle sezioni A, B, D del Registro degli intermediari assicurativi, anche a titolo accessorio, e riassicurativi di cui all'articolo 109 del decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209, o nell'Elenco annesso al Registro di cui all'articolo 116-quinquies del medesimo decreto, ai sensi dell'articolo 22, comma 10, del decreto-legge 18 ottobre 2012, n. 179, convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221;

"Intermediario emittente": nell'ambito della collaborazione orizzontale, con riferimento al prodotto distribuito, l'intermediario titolare dell'incarico di distribuzione da parte dell'impresa emittente;

"Intermediario proponente": nell'ambito della collaborazione orizzontale, con riferimento al prodotto distribuito, l'intermediario che entra in contatto con il contraente;

"Questionario POG": questionario necessario a valutare l'appartenenza al mercato di riferimento positivo e negativo.

5. Richiesta di quotazione

La richiesta di quotazione all'agenzia deve avvenire tramite invio email, riportando tutte le informazioni necessarie all'agenzia ad elaborare il preventivo, comprensivo di quelle informazioni necessarie a valutare il mercato di riferimento positivo e negativo. Ove mancanti, tali informazioni potranno anche essere richieste dall'agenzia telefonicamente, al fine della compilazione dei questionari sui sistemi informatici dell'impresa mandante. Ove ritenuto necessario, l'agenzia procederà all'invio del questionario POG dell'impresa mandante, che dovrà essere ritornato debitamente compilato e firmato.

6. Valutazione preventivo

Sulla base delle informazioni ricevute, l'agenzia procederà alla preparazione della documentazione necessaria, verificando in particolare l'appartenenza al mercato di riferimento positivo.

Se il contraente appartiene al mercato di riferimento *positivo*:

l'agenzia procederà all'emissione del preventivo.

Se il contraente appartiene al mercato di riferimento *negativo*:

l'agenzia informerà di tale circostanza, che impedirà quindi l'emissione del preventivo.

Se il contraente appartiene al "*fuori mercato*":

l'agenzia informerà l'intermediario proponente, che potrà valutare, anche richiedendo la scheda tecnica POG dell'impresa, di richiedere comunque l'emissione.

7. Emissione preventivo

L'agenzia fornirà quindi, in particolare:

- preventivo,
- questionario POG e questionario adeguatezza e, ove previsto, di appropriatezza dell'impresa,
- documentazione informativa precontrattuale DIP prevista,
- scheda prodotto POG del produttore e scelta dell'agenzia su mercato di riferimento positivo e negativo effettivo; l'assenza di specifiche comunicazioni consisterà nella scelta da parte dell'agenzia del proprio mercato di riferimento positivo e negativo effettivo coincidente con quella proposta dall'impresa. (*art. 16 comma 5 lettera b) Reg. IVASS 45/20*)

8. Verifica e completamento documentazione da parte dell'intermediario proponente

Alla ricezione della documentazione, l'intermediario proponente, in accordo all' *art. 16 comma a) Reg. IVASS 45/20*, prima della relativa distribuzione dovrà:

- definire il proprio mercato di riferimento positivo effettivo e il proprio mercato di riferimento negativo effettivo, individuato come una specificazione del mercato di riferimento e una estensione del mercato di riferimento negativo individuati dal produttore; l'assenza di comunicazioni specifiche consisterà con la scelta di coincidenza del mercato di riferimento positivo e negativo effettivi con quelli proposti dal produttore. (*rif: art. 12 comma 10 Reg. IVASS 45/20*)
- valutare se le informazioni presenti nella documentazione che hanno determinato la valutazione dell'appartenenza al mercato di riferimento sono in grado di assicurare che i prodotti assicurativi che intendono distribuire siano coerenti con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento e che la strategia di distribuzione prevista sia coerente con tale mercato, oltre che con la strategia distributiva individuata dall'impresa di assicurazione.
- 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, procedendo alla relativa sottoscrizione.

Qualora l'intermediario proponente valutasse un disallineamento del prodotto rispetto agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento, nonché a qualsiasi circostanza legata al prodotto capace di recare pregiudizio al cliente, dovrà immediatamente comunicarlo all'agenzia, astenendosi dalla distribuzione del prodotto. Qualora fosse valutato un "*fuori mercato*", l'intermediario proponente dovrà completare la documentazione con la raccomandazione personalizzata.

È compito dell'intermediario proponente allegare alla documentazione l'informativa precontrattuale (allegato 3, 4 o 4bis e 4-ter) prevista, in conformità ai regolamenti IVASS applicabili.

L'informativa precontrattuale, in particolare, deve contenere informazioni della circostanza che l'attività è svolta in collaborazione tra più intermediari, di cui è indicata l'identità, la sezione di appartenenza e il ruolo svolto dai medesimi nell'ambito della forma di collaborazione adottata e delle relative remunerazioni complessivamente percepite.

9. Riconsegna documentazione

L'intermediario proponente dovrà riconsegnare all'agenzia tutta la documentazione prevista, debitamente sottoscritta.

In particolare, dovrà essere sempre presente:

- Questionario POG debitamente sottoscritto dal contraente e dall'intermediario proponente.
- Dichiarazione avvenuta consegna informativa precontrattuale.
- Raccomandazione personalizzata sottoscritta dall'intermediario proponente e dal contraente in caso di "fuori mercato".

10. Informazioni periodiche

L'intermediario proponente deve fornire all'intermediario emittente tutte le informazioni sulla distribuzione dei prodotti assicurativi necessarie a permettere al produttore di adempiere agli obblighi previsti dal Regolamento (UE) 2017/2358 e dal presente regolamento, con particolare riferimento alle vendite ai clienti che non appartengono al mercato di riferimento.

Inoltre, l'intermediario proponente, ove applicabile a determinati prodotti vita, dovrà comunicare i dati sulle vendite e le informazioni sui costi e gli oneri connessi all'attività di distribuzione di cui agli articoli 18 e 25 del Reg. IVASS 41/2018 al fine di consentirgli di effettuare le comunicazioni all'impresa di assicurazione previste.

11. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

12. RISERVATEZZA

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

PRO 8.7

Requisiti aggiuntivi
per la distribuzione di
prodotti IBIPs

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo d'applicazione](#)
- [3. Riferimenti normativi](#)
- [4. Definizioni](#)
- [5. Vigilanza](#)
- [6. Obblighi di informazione](#)
- [7. Conflitti d'interesse](#)
- [8. Valutazione adeguatezza ed appropriatezza](#)
- [9. FINANZA SOSTENIBILE](#)
- [10. Sistema di controllo interno](#)
- [11. Allegati](#)
- [12. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
3	09.01.2023	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	31.05.2022	Recepimento Reg. Del. UE 2121/1257	Francesco Netti
1	24.01.2022	Eliminazione parti di competenza nuove procedure PRO 8.8 e PRO 8.9	Francesco Netti
0	15.09.2021	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

Definire, per i prodotti IBIPs, requisiti aggiuntivi in materia di conflitti di interesse, sugli incentivi, sui fattori di sostenibilità e sulle valutazioni specifiche di adeguatezza.

2. Campo d'applicazione

La presente procedura si applica per la distribuzione di prodotti assicurativi di investimento IBIPs.

3. Riferimenti normativi

- Direttiva 2016/97 - capo VI
- Regolamento Delegato UE 2017/2359 modificato dal Regolamento Delegato UE 2021/1257

Obblighi di informazione e norme di comportamento per prodotti IBIPs

- *D.Lgs. 209/05 CAP, capo III-ter (abbreviato CAP)*

- Regolamento IVASS 40/18 Capo II-bis

Regole di comportamento per i prodotti IBIPs

- Regolamento UE 2019/2088

relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari

4. Definizioni

IBIPs: Prodotti assicurativi di investimento - articolo 2, par. 1 n. 17 Direttiva (UE) 2016/97

un prodotto assicurativo che presenta una scadenza o un valore di riscatto e in cui tale scadenza o valore di riscatto è esposto in tutto o in parte, in modo diretto o indiretto, alle fluttuazioni del mercato, e non include:

- a) i prodotti assicurativi non vita elencati all'allegato I della direttiva 2009/138/CE (Rami dell'assicurazione non vita);
- b) i contratti assicurativi vita, qualora le prestazioni previste dal contratto siano dovute soltanto in caso di decesso o per incapacità dovuta a lesione, malattia o disabilità;
- c) i prodotti pensionistici che, ai sensi del diritto nazionale, sono riconosciuti come aventi lo scopo precipuo di offrire all'investitore un reddito durante la pensione e che consentono all'investitore di godere di determinati vantaggi;
- d) i regimi pensionistici aziendali o professionali ufficialmente riconosciuti che rientrano nell'ambito di applicazione della direttiva 2003/41/CE o della direttiva 2009/138/CE;
- e) i singoli prodotti pensionistici per i quali il diritto nazionale richiede un contributo finanziario del datore di lavoro e nei quali il lavoratore o il datore di lavoro non può scegliere il fornitore o il prodotto pensionistico;

Prodotto NON COMPLESSO - articolo 16 del Regolamento (UE) 2017/2359:

Quando soddisfa tutti i seguenti criteri:

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

Preferenze di sostenibilità:

La scelta, da parte di un cliente o potenziale cliente, di integrare o meno, e se sì in che misura, nel suo investimento uno o più dei seguenti prodotti finanziari:

- a) un prodotto di investimento assicurativo per il quale il cliente o il potenziale cliente stabilisce che una quota minima deve essere investita in investimenti ecosostenibili;
- b) un prodotto di investimento assicurativo per il quale il cliente o il potenziale cliente stabilisce che una quota minima deve essere investita in investimenti sostenibili;
- c) un prodotto di investimento assicurativo che considera i principali effetti negativi sui fattori di sostenibilità laddove elementi qualitativi o quantitativi comprovanti tale presa in considerazione sono stabiliti dal cliente o dal potenziale cliente.

Fattori di sostenibilità:

Problematiche ambientali, sociali, il rispetto dei diritti umani e le questioni relative alla lotta alla corruzione attiva e passiva.

5. Vigilanza

L'IVASS esercita i poteri di vigilanza in relazione alla distribuzione dei prodotti IBIPs svolta da parte degli intermediari assicurativi.

6. Obblighi di informazione

In caso di distribuzione di prodotti IBIPs, occorre consegnare l'allegato 4 bis, in alternativa all'allegato 4, oltre alle informative allegato 3 e, nel caso di offerta fuori sede e nel caso di distribuzione mediante tecniche di comunicazione a distanza, l'allegato 4-ter e la relativa documentazione informativa precontrattuale (DIP) prevista dalle vigenti disposizioni.

L'agenzia si impegna ad utilizzare:

- le informative predisposte dalle compagnie mandanti per garantire la correttezza delle informazioni;
- i questionari predisposti dalle compagnie mandanti per garantire l'adeguatezza del prodotto tramite gli algoritmi previsti in fase di progettazione dei questionari stessi.

Occorre inoltre consegnare una descrizione generale della loro natura, dei rischi sottesi, dei costi e degli oneri connessi, inclusi, in caso di consulenza obbligatoria, i fattori di sostenibilità legati al singolo prodotto, i costi della consulenza e quelli relativi alla valutazione periodica dell'adeguatezza.

La descrizione generale può comprendere:

- raffronti fra diversi prodotti IBIPs,
- indicazione dei risultati passati,
- simulazione di risultati passati,
- informazioni sui risultati futuri,
- trattamenti fiscali individuali;
- fattori di sostenibilità del prodotto.

L'agenzia fornisce una descrizione accurata della natura dei sottostanti e/o della gestione separata dei prodotti d'investimento assicurativi, degli elementi che li compongono e del modo in cui l'interazione tra i componenti influisce sul rischio di investimento.

Se il prodotto d'investimento assicurativo contempla una garanzia o un meccanismo di protezione dei premi versati, l'agenzia fornisce al contraente informazioni sull'ambito di applicazione e sulla natura di tale garanzia o meccanismo.

Per gli obblighi di comunicazione, l'intermediario si avvale delle informazioni fornite dalle imprese nel KID o nel DIP aggiuntivo IBIP.

Con la consegna del KID/DIP aggiuntivo IBIP, quindi, si ritiene adempiuto tale obbligo di consegna.

Se del caso, tali informazioni sono fornite al cliente con periodicità regolare, e comunque almeno annuale, per tutto il periodo dell'investimento.

Se l'agenzia ha informato il cliente che effettuerà una *valutazione periodica dell'adeguatezza*, questa deve contenere una dichiarazione aggiornata che spieghi in che modo il prodotto di investimento assicurativo corrisponde alle preferenze, agli obiettivi e alle altre caratteristiche del cliente.

7. Conflitti d'interesse

Al fine di valutare situazioni di conflitto di interesse nella distribuzione di prodotti assicurativi IBIP, qualora l'impresa non avesse predisposto apposite sezioni nel questionario adeguatezza/analisi esigenze in materia di valutazione conflitti di interesse, è necessario compilare il documento:

ALLEGATO 1: Valutazione conflitti di interesse IBIPs

8. Valutazione adeguatezza ed appropriatezza

In caso di prodotti IBIPs occorre svolgere le seguenti attività:

TIPO	VALUTAZIONE	INFORMAZIONI RICHIESTE	DICHIARAZIONE
CON CONSULENZA	COERENZA	Richieste ed esigenze	DI RISPONDENZA (*)
	ADEGUATEZZA	- Situazione finanziaria (idoneità) - Tolleranza al rischio e capacità di sostenere le perdite - Conoscenza prodotto (appropriatezza) - Preferenze di sostenibilità Può essere un questionario unico	DI ADEGUATEZZA (*)
SENZA CONSULENZA	COERENZA	Richieste ed esigenze	DI COERENZA
	APPROPRIATEZZA	Conoscenza prodotto	DI APPROPRIATEZZA (**)

DISTRIBUZIONE CON CONSULENZA:

(*) Le dichiarazioni sono contenute in una **RACCOMANDAZIONE** di acquisto del prodotto IBIPs, che comprendono il risultato delle valutazioni.

La *dichiarazione di adeguatezza* include:

- a) uno schema della consulenza fornita;
- b) le informazioni sul perché dell'adeguatezza della raccomandazione fornita al cliente, in particolare il modo in cui soddisfa:
 - a. gli obiettivi di investimento del cliente, inclusa la sua tolleranza al rischio e se gli obiettivi di investimento del cliente sono conseguiti tenuto conto delle sue preferenze di sostenibilità;
 - b. la situazione finanziaria del cliente, tra cui la sua capacità di sostenere perdite;
 - c. le conoscenze e l'esperienza del cliente;
 - d. le preferenze di sostenibilità del cliente;

La dichiarazione di adeguatezza include inoltre le informazioni sulla probabilità che i prodotti IBIPs raccomandati necessitino che il cliente chieda una revisione periodica relativa alla loro situazione.

Quando effettuano la distribuzione con consulenza:

- al fine di dimostrare di essere in grado di comprendere la natura e le caratteristiche, compresi i costi e i rischi, del prodotto d'investimento assicurativo che intendono distribuire, gli intermediari documentano:

- la presa visione delle schede tecniche POG;
- la presa visione del KID o del DIP aggiuntivo IBIP;
- lo svolgimento su piattaforma dell'impresa di assicurazione della relativa formazione obbligatoria sul prodotto specifico che si intende distribuire.

- al fine di assicurare di aver valutato, tenendo conto dei costi e della complessità, se altri prodotti d'investimento assicurativi distribuibili equivalenti possono essere adeguati al contraente, l'agenzia propone al contraente altri due preventivi.

DISTRIBUZIONE SENZA CONSULENZA

(**) La *dichiarazione di appropriatezza* include:

- eventuali avvertenze al cliente laddove il prodotto IBIP sia stato valutato come potenzialmente inadeguato per il cliente, qualora il cliente abbia chiesto di procedere alla stipula del contratto malgrado l'avvertenza e, se del caso, qualora l'agenzia abbia accettato la richiesta di procedere alla stipula del contratto;
- eventuali avvertenze al cliente laddove il cliente non abbia fornito informazioni sufficienti per mettere in condizione l'agenzia di valutare l'adeguatezza del prodotto di investimento assicurativo, qualora il cliente abbia chiesto di procedere alla stipula del contratto malgrado l'avvertenza e, se del caso, qualora l'agenzia abbia accettato la richiesta di procedere alla stipula del contratto.
- l'informazione che, nell'esercizio dell'attività di distribuzione assicurativa in questione, all'intermediario assicurativo non è richiesto di valutare l'adeguatezza del prodotto di investimento assicurativo o dell'attività di distribuzione assicurativa esercitata o proposta e che il cliente non beneficia della corrispondente protezione delle pertinenti norme in materia di comportamento delle imprese.

In caso di consulenza e raccomandazione di acquisto di un pacchetto di servizi o prodotti aggregati, l'intero pacchetto deve essere appropriato.

Per i prodotti NON COMPLESSI:

- è obbligatoria la coerenza.
- Il contraente può non rispondere al questionario adeguatezza / appropriatezza. In tal caso, l'agenzia lo informa che tale circostanza pregiudica la capacità dell'intermediario assicurativo di valutare se il prodotto sia appropriato alle esigenze del contraente stesso.
- L'intermediario può valutare il prodotto non adeguato o non appropriato, specificando il motivo. In tal caso, l'agenzia informa anche del mercato di riferimento negativo alla quale il prodotto non può comunque essere distribuito.

Per i prodotti COMPLESSI è obbligatoria:

- l'intermediazione CON consulenza.
- La coerenza e l'adeguatezza (il cliente, quindi, non può non rispondere, né si possono distribuire prodotti non adeguati).
- Formazione specifica dell'intermediario più approfondita

Qualora la consulenza fosse inserita obbligatoria dall'impresa di assicurazione o svolta su iniziativa dell'agenzia, non deve gravare economicamente sui clienti (quindi non può essere remunerata), a meno che non sia accompagnata dalla valutazione periodica dell'adeguatezza.

La procedura per i prodotti COMPLESSI è quella dell'impresa di assicurazione, che fornisce anche l'elenco dei prodotti considerati complessi.

Questionari e modulistiche

I questionari utilizzati per l'acquisizione delle informazioni necessarie alle valutazioni, nonché i modelli di dichiarazione, sono quelli predisposti dalle singole imprese di assicurazione mandanti, avvalendosi anche dei sistemi informatici messi a disposizione, che permettono la definizione della coerenza/adequatezza del prodotto tramite algoritmi specifici per l'elaborazione delle informazioni fornite dal cliente e caricate nel portale dell'impresa dall'intermediario.

Valutazione periodica dell'adequatezza

Sono raccomandazioni personali fornite durante tutta la vita del prodotto, presupponendo attività di consulenza sulle transazioni finanziarie basata su un'analisi approfondita della conoscenza, dell'esperienza e della situazione finanziaria del singolo cliente, in particolare nelle decisioni di cambiare attività di investimento o di conservare o vendere un prodotto IBIPs.

Viene svolta su richiesta del cliente, sulla base dell'esito svolto nella raccomandazione da parte dell'agenzia, e prevedono una relazione con cadenza almeno annuale e nel migliore interesse dei propri clienti, con una frequenza che aumenta a seconda delle caratteristiche del cliente, come ad esempio la sua tolleranza al rischio e la natura del prodotto di investimento raccomandato.

Al fine di mantenere informazioni adeguate ed aggiornate sui contraenti, la valutazione periodica prevede la compilazione periodica dei questionari di coerenza/appropriatezza.

Utilizzo di mezzi di comunicazione a distanza

Se il contratto è concluso utilizzando un mezzo di comunicazione a distanza che impedisce la consegna preventiva della dichiarazione di adeguatezza, l'agente può fornire la dichiarazione di adeguatezza su un supporto durevole subito dopo la sottoscrizione del contratto, a condizione che:

- a) il contraente abbia accettato di ricevere la dichiarazione di adeguatezza subito dopo la conclusione del contratto;
- b) l'agente abbia dato al contraente la possibilità di ritardare la conclusione del contratto al fine di ricevere la dichiarazione di adeguatezza prima della conclusione del contratto.

Relazione periodica (Documento Unico di Rendicontazione)

L'intermediario assicurativo o l'impresa di assicurazione fornisce al cliente una relazione periodica, su supporto durevole, dei servizi forniti e delle transazioni effettuate per conto del cliente.

Tale relazione fornisce un resoconto imparziale e obiettivo dei servizi forniti e delle transazioni intraprese per conto di tale cliente nel corso del periodo di riferimento e include, laddove rilevante, le spese totali associate a questi servizi e transazioni, nonché il valore di ciascuna attività di investimento sottostante.

Al fine di rendere al contraente una rendicontazione unica e onnicomprensiva di tutti i costi e oneri, l'agenzia trasmette all'impresa, dietro specifica istruzione da parte della stessa, tutte le informazioni necessarie per fornire una rendicontazione completa anche di tutti i costi e oneri connessi all'attività di distribuzione, anche effettuata nell'ambito di una collaborazione orizzontale. Il documento unico di rendicontazione annuale può sostituire l'informativa annuale di cui all'articolo 121-sexies, comma 2, del Codice nel caso in cui le relative informazioni siano esaustive.

9. FINANZA SOSTENIBILE

In conformità alle previsioni del Regolamento UE 2019/2088, l'agenzia adotta la Politica predisposta dell'impresa mandante.

Tale Politica prevede la predisposizione di idonea *informativa sulla sostenibilità finanziaria*.

L'agenzia deve:

- nell'attività di consulenza di prodotti IBIPs, fornire le informazioni sulla sostenibilità ambientale predisposta dall'impresa mandante, anche secondo il processo previsto dai sistemi informatici messi a disposizione;
- mettere a disposizione nei locali l'informativa sulla sostenibilità ambientale, nonché la Politica dell'impresa mandante ove richiesto;
- ove posseduto un sito internet, pubblicare l'informativa sulla sostenibilità finanziaria e, ove richiesto dall'impresa, la Politica;
- integrare nel proprio allegato 4-bis, ove predisposto in modo autonomo, una precisazione che l'intermediario considera i rischi di sostenibilità attraverso la distribuzione (in via esclusiva) dei prodotti di investimento assicurativi dell'impresa mandante, che considera a vario titolo tali rischi;
- valutare che gli obiettivi di investimento del cliente siano conseguiti tenendo conto anche delle preferenze di sostenibilità del cliente.

10. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

11. Allegati

ALLEGATO 1: Valutazione conflitti d'interesse

Questionari e dichiarazioni di coerenza, adeguatezza, appropriatezza sono utilizzati quelli predisposti dall'impresa di assicurazione mandante.

12. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

Cliente: _____

Proposta n°: _____

VALUTAZIONE CONFLITTI DI INTERESSE

l'intermediario assicurativo, un soggetto rilevante o qualsiasi persona da lui controllata direttamente o indirettamente:

SITUAZIONE	VALUTAZIONE
realizza un guadagno finanziario o evita una perdita finanziaria a potenziale discapito del cliente, comprese le sue preferenze di sostenibilità;	() SI () NO
ha un vantaggio finanziario o di altra natura a privilegiare gli interessi di un altro cliente o gruppo di clienti rispetto a quelli del cliente in questione;	() SI () NO
partecipa sostanzialmente alla gestione o allo sviluppo dei prodotti IBIPs, in particolare laddove tale persona possa influenzare il prezzo di tali prodotti o i relativi costi di distribuzione;	() SI () NO
Vi sono altri clienti che possono avere tali situazioni a danno di tale cliente?	() SI () NO

In caso di risposta affermativa, descrivere la situazione verificatasi e la relativa misura attuata per impedire il conflitto d'interesse:

Situazione di conflitto d'interesse	Misura attuata

Riportare poi la situazione di conflitto di interesse verificatasi nel *Registro delle situazioni di conflitto d'interesse*.

Con riferimento agli incentivi e alle remunerazioni:

SITUAZIONE	VALUTAZIONE
sono presenti incentivi o schemi di incentivazione che possano indurre l'intermediario assicurativo ad offrire o raccomandare un particolare prodotto o servizio assicurativo al cliente malgrado il fatto che l'intermediario è in grado di offrire un prodotto o servizio assicurativo diverso che soddisfi maggiormente le necessità del cliente;	() SI () NO
sono presenti incentivi o schemi di incentivazione che si basano solo o principalmente su criteri quantitativi commerciali o che prendono in considerazione criteri qualitativi adeguati, che riflettono quanto previsto dai regolamenti applicabili, la qualità dei servizi forniti ai clienti e la soddisfazione del cliente;	() SI () NO
il valore dell'incentivo versato o percepito non è adeguato al valore del prodotto e dei servizi forniti;	() SI () NO
l'incentivo è interamente o principalmente versato al momento della conclusione del contratto o si estende a tutta la durata del contratto;	() SI () NO
esiste un meccanismo adeguato a richiedere il rimborso dell'incentivo nel caso in cui il prodotto si estingua anticipatamente o venga riscattato in anticipo o nel caso in cui gli interessi del cliente siano stati lesi;	() SI () NO
esiste una qualsiasi forma di soglia variabile o contingente o qualsiasi altro tipo di acceleratore di valore che viene sbloccato dal raggiungimento di un obiettivo sul volume o sul valore delle vendite.	() SI () NO

In caso di risposta affermativa, descrivere la situazione verificatasi e la relativa misura attuata per evitare il rischio di una ripercussione negativa sulla qualità del servizio al cliente:

Situazione di conflitto d'interesse	Misura attuata

Data	Nome intermediario	Firma intermediario

PRO 8.8

Conflitti di Interesse

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo d'applicazione](#)
- [3. Riferimenti normativi](#)
- [4. Definizione di conflitto di interesse](#)
- [5. Orientamenti strategici](#)
- [6. Procedura di Identificazione e valutazione](#)
- [7. Identificazione e valutazione conflitti di interesse](#)
- [8. Analisi e conservazione dei dati](#)
- [9. Riesame e conservazione dei dati](#)
- [10. Sistema di controllo interno](#)
- [11. Allegati e documenti di registrazione](#)
- [12. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
2	09.01.2023	Revisione periodica	Francesco Netti
1	31.05.2022	Recepimento Reg. Del. UE 2121/1257 in materia di integrazione dei fattori di sostenibilità	Francesco Netti
0	14.01.2022	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

Lo scopo della presente policy è:

- Attuare le misure stabilite dai regolamenti applicabili per eliminare o ridurre i conflitti di interesse nella distribuzione di prodotti assicurativi.
- Identificare e valutare i tipi di conflitto di interesse che possono insorgere durante lo svolgimento di qualsiasi attività di distribuzione assicurativa connessa a prodotti di investimento assicurativi e che implicano il rischio di ledere gli interessi di un cliente.

La presente Politica sui conflitti di interesse è adeguata alla dimensione, organizzazione, natura, portata nonché alla complessità dell'attività dell'agenzia.

2. Campo d'applicazione

La presente procedura si applica per la distribuzione di prodotti assicurativi, con particolare riferimento a quelli di investimento IBIP.

3. Riferimenti normativi

- Codice delle Assicurazioni Private, art. 119-bis, commi 6 e 7, art. 120-bis, art. 120-ter, art. 131
- Regolamento Delegato UE 2017/2359, modificato dal Regolamento Delegato UE 2021/1257
- Regolamento IVASS 40/18, art. 55

4. Definizione di conflitto di interesse

Si configura un conflitto di interesse quando l'intermediario, un soggetto rilevante o qualsiasi soggetto da lui controllato direttamente o indirettamente abbiano un interesse rilevante nel risultato delle attività di distribuzione assicurativa che soddisfi i criteri che seguono:

- a) è distinto dall'interesse del cliente o del potenziale cliente nel risultato delle attività di distribuzione assicurativa;
- b) ha una potenziale influenza sul risultato delle attività di distribuzione a svantaggio del cliente.

Ai fini della valutazione, occorre prendere in considerazione i seguenti criteri minimi: l'intermediario assicurativo, un soggetto rilevante o qualsiasi persona da lui controllata direttamente o indirettamente:

- a) è probabile che realizzino un guadagno finanziario o evitino una perdita finanziaria a potenziale discapito del cliente, considerando anche le sue preferenze di sostenibilità;
- b) hanno un vantaggio finanziario o di altra natura a privilegiare gli interessi di un altro cliente o gruppo di clienti rispetto a quelli del cliente in questione;
- c) partecipano sostanzialmente alla gestione o allo sviluppo dei prodotti IBIPs, in particolare laddove tale persona possa influenzare il prezzo di tali prodotti o i relativi costi di distribuzione.

5. Orientamenti strategici

L'Organo Amministrativo ha integrato nella propria Politica aziendale i seguenti orientamenti strategici in materia di conflitti di interesse:

- È vietato ricevere un compenso e offrire un compenso ai dipendenti sulla base di criteri contrari al dovere dell'agenzia di agire nel migliore interesse dei contraenti.
- L'agenzia non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo che potrebbero incentivare sé stessa o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, ogniqualvolta l'agenzia possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del contraente.

6. Procedura di Identificazione e valutazione

L'agenzia, in considerazione degli orientamenti strategici definiti dall'Organo amministrativo, procede di seguito a:

- a) adottare misure idonee a **identificare** i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra l'agenzia, inclusi i dirigenti e i dipendenti, o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro clienti o tra due clienti al momento della prestazione di qualsiasi attività di distribuzione assicurativa.
- b) mantenere e applicare gli indicati **presidi** organizzativi ed amministrativi efficaci al fine di adottare tutte le misure ragionevoli volte ad evitare che i conflitti di interesse identificati incidano negativamente sugli interessi dei contraenti. I presidi organizzativi sono proporzionati alle attività svolte, ai prodotti assicurativi venduti e al tipo di distributore.
- c) attuare le **reazioni** (azioni da attuare in caso di verificarsi dell'evento soggetto a controllo) necessarie a ridurre il conflitto di interesse.

Al fine di eliminare le situazioni di conflitti di interesse identificate nelle precedenti valutazioni, possono essere adottate le seguenti misure:

- a) procedure efficaci per impedire o per controllare lo scambio di informazioni tra i soggetti rilevanti impegnati in attività che comportano un rischio di conflitto di interesse, quando lo scambio di tali informazioni può ledere gli interessi di uno o più clienti;
- b) la vigilanza separata sui soggetti rilevanti le cui principali funzioni implicano l'esercizio di attività per conto di clienti o la prestazione di servizi a clienti con interessi in potenziale conflitto, o che rappresentano in altro modo interessi diversi in potenziale conflitto, ivi compresi quelli dell'intermediario assicurativo o dell'impresa di assicurazione;
- c) l'eliminazione di ogni legame diretto tra i pagamenti, incluso il compenso, ai soggetti rilevanti che esercitano un'attività e i pagamenti, incluso il compenso, ad altri soggetti rilevanti che esercitano prevalentemente un'altra attività, nel caso in cui possa sorgere un conflitto di interesse in relazione a dette attività;
- d) misure miranti a impedire o limitare l'esercizio da parte di qualsiasi persona di un'influenza indebita sul modo in cui le attività di distribuzione assicurativa vengono svolte dall'intermediario assicurativo o dall'impresa di assicurazione, o dai loro dirigenti o dipendenti, o da chiunque sia da loro controllato, direttamente o indirettamente;
- e) misure miranti a impedire o a controllare la partecipazione simultanea o consecutiva di un soggetto rilevante ad attività di distribuzione assicurativa distinte, quando tale partecipazione può nuocere alla gestione corretta dei conflitti di interesse;
- f) una politica sugli omaggi e sui benefici che stabilisca chiaramente in quali condizioni gli omaggi e i benefici possono essere accettati o concessi e quali misure devono essere adottate quando li si accettano o li si concedono.

Quando i presidi adottati non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di nuocere agli interessi del contraente, l'agenzia informa chiaramente il contraente stesso, prima della conclusione di un contratto di assicurazione, della natura o della fonte di tale conflitto di interesse, in occasione dell'informativa precontrattuale allegato 4 o 4-bis. Tale misura deve essere utilizzata come ultima risorsa e non esenta dall'obbligo di privilegiare l'applicazione dei presidi organizzativi ed amministrativi, che sono il mezzo più efficace per evitare di nuocere ai clienti.

Ai fini della comunicazione dei conflitti di interesse, l'intermediario:

- a) fornisce una descrizione specifica del conflitto di interesse in questione;
- b) spiega il carattere generale e le fonti del conflitto di interesse;
- c) spiega al consumatore i rischi che insorgono dal conflitto di interesse e le misure adottate per attenuare tali rischi;
- d) indicano chiaramente che le disposizioni organizzative e amministrative adottate dall'intermediario assicurativo o dall'impresa di assicurazione per evitare o gestire il conflitto di interesse non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che venga evitato il rischio di ledere gli interessi del cliente.

7. Identificazione e valutazione conflitti di interesse

Fattore di rischio: Rapporti fra intermediario e impresa

(Rif: art. 53 Reg. IVASS 40/18)

L'attività di intermediario non è compatibile con la carica di amministratore, direttore generale, sindaco o suo collaboratore, titolare delle funzioni fondamentali, presso le imprese di assicurazione proponenti.

Tale incompatibilità è estesa dall'Organo Amministrativo anche ai titolari di funzione anticiclaggio, revisione interna e conformità normative ove necessario l'istituzione della funzione.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Inserito nel mansionario l'incompatibilità	MAN
-	Il presidio è svolto in collaborazione con la mandante, in fase di assegnazione di mandato	-
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Impedimento rapporto di lavoro / collaborazione	Organo Amministrativo
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Significativo	6 - ACCETTABILE

Fattore di rischio: Conflitti di interesse intermediario

(Rif: art. 56 Reg. IVASS 40/18)

L'intermediario potrebbe avere partecipazioni dirette o indirette in altre agenzie di assicurazione che possano influenzare le sue proposte.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Identificazione delle partecipazioni nella dichiarazione in materia di stretti legami	PRO 7.2
2	Verifica inserimento nell'informativa precontrattuale dei ruoli in altre agenzie di assicurazione	PRO 8.5
3	Verifica consegna, in fase di proposta, di emissione di più preventivi, una per ogni agenzia, ove ritenuto necessario	PRO 8.5
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Correzione informativa precontrattuale	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

Fattore di rischio: Conflitti di interesse intermediario-broker*(Rif: art. 56 Reg. IVASS 40/18)*

L'intermediario potrebbe avere partecipazioni dirette o indirette in società di brokeraggio, incaricate di gestire bandi pubblici.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Identificazione delle partecipazioni nella dichiarazione in materia di stretti legami	PRO 7.2
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Obbligo di astensione alla partecipazione al bando pubblico	Delegato Assicurativo
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

Fattore di rischio: Conflitti di interesse Addetto - cliente*(Rif: art. 56 Reg. IVASS 40/18 - art. 120-ter CAP)*

Rientrano tra i conflitti di interesse da comunicare al contraente prima della conclusione del contratto:

- detenere una partecipazione diretta o indiretta pari o superiore al 10 % del capitale sociale o dei diritti di voto di una determinata impresa di assicurazione;
- una determinata impresa di assicurazione, o l'impresa controllante di una determinata impresa di assicurazione, detiene una partecipazione diretta o indiretta pari o superiore al 10 per cento del capitale sociale o dei diritti di voto dell'intermediario assicurativo;
- fornire consulenze fondate su una analisi imparziale e personale;
- distribuire determinati prodotti sulla base di un obbligo contrattuale che lo vincoli in modo esclusivo con una o più imprese di assicurazione;
- distribuire determinati prodotti in assenza di obblighi contrattuali con imprese di assicurazione e non fornire una consulenza basata su una analisi imparziale e personale.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Richiesta all'addetto di situazioni di conflitti di interesse di "Dichiarazione in materia di conflitti di interesse" all'interno del fascicolo addetto	PRO 7.2
2	Verifica nell'informativa precontrattuale - allegato 4 dell'addetto dell'indicazione in materia di conflitti di interesse	
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Correzione informative precontrattuali	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

Fattore di rischio: Conflitti di interesse tra clienti*(Rif: Regolamento Delegato UE 2017/2359)*

Nella distribuzione di prodotti assicurativi IBIPs ad un cliente potrebbero sorgere situazioni di conflitto di interesse che potrebbero incidere negativamente sugli interessi di altri contraenti.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	L'intermediario in fase precontrattuale valuta possibili situazioni di conflitto di interesse con altri soggetti che possano incidere negativamente sugli interessi del contraente.	PRO 8.5
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Obbligo di astensione se ritenuto con incidenza negativa il conflitto di interesse.	Compliance
2	Ove il conflitto di interesse fosse non eliminabile o ritenuto che non possa incidere negativamente sugli interessi del contraente, riportare il conflitto di interesse nell'informativa precontrattuale	Intermediario
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Significativo	6 - ACCETTABILE

Fattore di rischio: Omaggi e benefici*(Rif: Regolamento Delegato UE 2017/2359)*

Nella distribuzione di prodotti assicurativi di investimento IBIP, ricevere o dare omaggi e benefici potrebbe comportare conflitti di interesse.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Inserito nella Politica Aziendale il divieto di ricevere dai contraenti omaggi qualora interessati da distribuzione di prodotti IBIPs	Regolam. Aziendale
2	Predisposta una Politica in materia di incentivi che comprende anche policy su omaggi e benefici	PRO 8.9
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Divieto di ricevere omaggi in caso di distribuzione IBIPs	Organo Amministrativo
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

Fattore di rischio: Conflitti di interesse ruolo distributore*(Rif: art. 55 Reg. IVASS 40/18)*

Non è ritenuto ammissibile che l'intermediario / distributore assumono, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o rapporti di affari, propri o di società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di distributore del relativo contratto in forma individuale o collettiva, a meno di distribuzione di prodotti assicurativi dei rami danni connessi ad operazioni di leasing, salvo valutazione di esistenza di conflitti di interesse anche per tali prodotti.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Dichiarazione da parte dell'intermediario della presenza di qualifica di beneficiario-vincolatario.	PRO 8.5
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Obbligo di astensione alla distribuzione	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Probabile	Significativo	9 - NOTEVOLE

Fattore di rischio: Remunerazione*(Rif: art. 57 Reg. IVASS 40/18 -art 120-bis CAP)*

Percepire onorari o altri tipi di compensi potrebbe dar luogo a rischio di conflitto in interesse.

È quindi necessario, nell'informativa precontrattuale, indicare la natura del compenso ricevuto in relazione al contratto distribuito.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Inserimento informativa sulle remunerazioni nell'informativa precontrattuale da parte dell'intermediario che distribuisce il contratto come misura di trasparenza	PRO 8.5
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Correzione informativa precontrattuale	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

Fattore di rischio: Remunerazione RC auto*(Rif: art. 57 Reg. IVASS 40/18 -art 131 CAP)*

Percepire provvigioni differenti da soggetti differenti per la distribuzione di uno stesso prodotto assicurativo di r.c. auto, potrebbe dar luogo a rischio di conflitto in interesse.

È quindi necessario, nell'informativa precontrattuale, indicare le provvigioni riconosciute dall'impresa o, distintamente, dalle imprese per conto di cui opera.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Inserimento informativa sulle remunerazioni nell'informativa precontrattuale come misura di trasparenza	PRO 8.5
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Correzione informativa precontrattuale	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	6 - ACCETTABILE

Fattore di rischio: Incentivazione*(Rif: Regolamento Delegato UE 2017/2359)*

Percepire compensi differenti da soggetti differenti per la distribuzione di uno stesso prodotto assicurativo potrebbe dar luogo a rischio di conflitto in interesse.

Presidio		
N°	Descrizione	Procedura
1	Elaborazione Policy in materia di incentivi	PRO 8.9
Reazione		
N°	Descrizione	Responsabile
1	Secondo quanto definito dalla Policy incentivi	Compliance
Valutazione del rischio		
Probabilità	Gravità	Rischio
Possibile	Modesto	4 - BASSO

8. Analisi e conservazione dei dati

L'agenzia tiene e aggiorna regolarmente il documento:

ALLEGATO 1: Registro delle situazioni conflitti d'interesse

in cui è insorto o, in caso di servizi o attività in corso, possa insorgere un conflitto d'interesse che implica il rischio di ledere gli interessi di un cliente.

L'organo amministrativo riceve frequentemente e, almeno con cadenza annuale, il documento:

ALLEGATO 2: Relazione sui Conflitti d'interesse

contenente relazione sulle valutazioni effettuate, sull'esito del riesame della politica e le situazioni indicate nel Registro.

9. Riesame e conservazione dei dati

Tale procedura è valutata e riesaminata periodicamente, almeno con frequenza annuale, al fine di mantenerla continuamente efficace, adottando tutte le misure adeguate a colmare le eventuali lacune.

10. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

11. Allegati e documenti di registrazione

ALLEGATO 1: Registro delle situazioni conflitti d'interesse

- Relazione sui conflitti di interesse

12. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

**REGISTRO
DELLE SITUAZIONI DI
CONFLITTI DI INTERESSE**

Situazione N°	Riferimento proposta	Descrizione situazione	Misura attuata

PRO 8.9
Policy
in materia di incentivi

Sommario

- [1. Scopo](#)
- [2. Campo d'applicazione](#)
- [3. Riferimenti normativi](#)
- [4. Definizioni](#)
- [5. Orientamenti strategici](#)
- [6. Procedura di Identificazione e valutazione ammissibilità degli incentivi](#)
- [7. Elenco degli incentivi](#)
- [8. Comunicazione degli incentivi](#)
- [9. Allegati e documenti di registrazione](#)
- [10. Riservatezza](#)

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
1	09.01.2023	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
0	14.01.2022	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo

Lo scopo di tale documento è identificare gli incentivi percepiti o erogati dall'agenzia e valutarne l'ammissibilità.

2. Campo d'applicazione

La presente procedura si applica esclusivamente alla distribuzione di prodotti assicurativi di investimento IBIP.

3. Riferimenti normativi

- Art. 119 bis CAP, comma 4 e 5
- Regolamento Delegato UE 2017/2359
- Regolamento IVASS 40/18, art. 68-sexies

4. Definizioni

«*incentivo*»: qualsiasi onorario, commissione o vantaggio non monetario fornito da o a tale intermediario o impresa in relazione alla distribuzione di un prodotto di investimento assicurativo, a o da qualsiasi soggetto diverso dal cliente interessato dalla transazione in questione o da un soggetto che agisca per conto di tale cliente;

«*schema di incentivazione*»: un insieme di norme che disciplinano il pagamento degli incentivi, incluse le condizioni secondo le quali gli incentivi vengono corrisposti;

«*soggetto rilevante*» in relazione a un intermediario assicurativo o un'impresa di assicurazione:

- a) un amministratore, partner o simili, o un dirigente dell'intermediario o dell'impresa, laddove applicabile;
- b) un dipendente dell'intermediario assicurativo o dell'impresa di assicurazione, nonché qualsiasi altra persona fisica i cui servizi siano a disposizione e sotto il controllo dell'intermediario assicurativo o dell'impresa di assicurazione e coloro che partecipano alla distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi;
- c) una persona fisica che partecipa direttamente alla fornitura di servizi all'intermediario assicurativo o all'impresa di assicurazione nell'ambito di un accordo di esternalizzazione finalizzato alla distribuzione, da parte dell'intermediario o dell'impresa, di prodotti di investimento assicurativi.

«*Prodotto IBIPS*» per la definizione si rimanda alla PRO 8.7;

5. Orientamenti strategici

L'Organo Amministrativo ha integrato nella propria Politica aziendale i seguenti orientamenti strategici in materia di incentivi:

- È fatto divieto, in relazione all'attività di distribuzione di prodotti d'investimento assicurativi, pagare o percepire compensi o commissioni oppure fornire o ricevere benefici non monetari a o da qualsiasi soggetto diverso dal contraente o da persona fisica che agisca per conto di questi, a meno che tali incentivi o schemi di incentivazione:
 - a) abbiano lo scopo di accrescere la qualità dell'attività di distribuzione assicurativa;
 - b) non pregiudichino l'adempimento dell'obbligo di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del contraente.

6. Procedura di Identificazione e valutazione ammissibilità degli incentivi

L'agenzia, in considerazione degli orientamenti strategici definiti dall'Organo amministrativo, procede di seguito:

- a mantenere aggiornato l'**elenco degli incentivi** di cui al paragrafo 7 del presente documento, comprensivo:
 - a) dell'**identificazione** dei compensi, commissioni e benefici non monetari ricevuti da terzi, in relazione alla prestazione dell'attività di distribuzione assicurativa;
 - b) della **valutazione** dell'ammissibilità di tali incentivi pagati o ricevuti dall'intermediario, o che quest'ultimo intende impiegare, sulla base dei criteri di seguito definiti, in quanto migliorativi della qualità dell'attività di distribuzione prestata ai contraenti;
 - c) le **misure** adottate al fine di non pregiudicare il dovere di agire in modo onesto, imparziale e professionale per servizi al meglio gli interessi dei contraenti.
- ad attenersi, ove presenti, alle indicazioni fornite
- a **comunicare** chiaramente al contraente, in modo completo, accurato e comprensibile, prima della distribuzione di un prodotto assicurativo, l'esistenza, la natura e l'importo degli incentivi o schemi di incentivazione o, qualora l'importo non possa essere accertato, il metodo di calcolo di tale importo.

I **criteri** di valutazione dell'ammissibilità degli incentivi sono e seguenti, che devono essere soddisfatti tutti:

- a) sono giustificati dalla prestazione di un servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale al livello di incentivi ricevuti;
- b) non offrono vantaggi diretti all'impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;
- c) sono giustificati dalla garanzia di un beneficio continuativo per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo.

Un compenso, commissione o beneficio non monetario è inammissibile, qualora la prestazione dell'attività di distribuzione al contraente sia distorta o negativamente influenzata a causa del compenso, della commissione o del beneficio non monetario.

Tipologie di servizio ammissibili sono:

- i) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di prodotti d'investimento assicurativi e accesso a una vasta gamma di prodotti d'investimento assicurativi adeguati, tra cui un numero appropriato di prodotti di imprese di assicurazione che non hanno legami stretti con l'intermediario;
- ii) la prestazione di consulenza non indipendente in materia di prodotti d'investimento assicurativi in combinazione o
 - o con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di valutare il persistere dell'adeguatezza dei prodotti assicurativi in cui il cliente ha investito, o
 - o con un altro servizio continuativo in grado di costituire un valore per il cliente, come la consulenza sull'asset allocation ottimale o l'assistenza nella gestione del contratto;oppure
- iii) l'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di prodotti d'investimento assicurativi che possano soddisfare le esigenze dei clienti, compreso un numero adeguato di prodotti di imprese di assicurazione che non hanno legami stretti con l'intermediario, insieme o alla fornitura di strumenti a valore aggiunto, come gli strumenti di informazioni oggettivi, che assistono il cliente interessato nell'adozione delle decisioni di investimento o consentono al cliente interessato di monitorare, modellare o regolare la gamma di prodotti assicurativi in cui ha investito, o alla fornitura di relazioni periodiche sulla performance e i costi e oneri collegati ai prodotti assicurativi.

Con riferimento al concetto di “servizio aggiuntivo”:

Sono ad esempio servizi aggiuntivi la fornitura di materiale o di servizi educativi mirati ad aumentare la conoscenza finanziaria del cliente, come l’accesso gratuito a corsi di formazione, seminari o conferenze.

Con riferimento al concetto di “livello superiore”:

Sono ad esempio servizi come la fornitura di documenti come prospetti o KID, la gestione dei reclami o l’esistenza di *call center* o *siti web* disponibili al pubblico.

Con riferimento ai servizi debitamente ritenuti “aggiuntivi” o di “livello superiore”, i clienti dovrebbero normalmente pagare per riceverli.

Con riferimento al termine “Relativo cliente”:

Tale requisito non sarebbe soddisfatto in caso di offerta di un servizio che sia solo in astratto migliorativo della qualità, in quanto rivolto genericamente a tutti i clienti e non portato a effettiva conoscenza del “relativo cliente”.

Il concetto di “relativo cliente” è allargabile a più individui qualora questi costituiscano un “segmento rilevante di clienti”, a condizione cioè che questo segmento sia numericamente consistente e “sufficientemente omogeneo”.

Con riferimento al termine “proporzionalità”:

I servizi che possono essere considerati “aggiuntivi” o “di livello superiore” e che vengono forniti al cliente interessato devono essere considerati migliorativi della qualità qualora il valore aggiunto degli stessi sia proporzionale al livello degli incentivi ricevuti dall’impresa e non all’ammontare dell’investimento effettuato dal cliente.

7. Elenco degli incentivi

Incentivo: Provvigioni di sottoscrizione

Soggetto da cui sono percepiti:	Impresa mandante o intermediario
Tipologia di investimento:	Iniziale
Tipologia di incentivo:	Ricevuto / fornito
Natura dell’incentivo:	Monetario
Metodo di calcolo:	La provvigione è calcolata in percentuale sul premio

Valutazione ammissibilità	
Servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale	Prestazione di consulenza non indipendente in combinazione con servizio di assistenza nella gestione del contratto. Non sono presenti provvigioni scaglionate rispetto al volume di produzione in quanto non ritenute ammissibili.
Assenza di vantaggi diretti	Non presenti vantaggi diretti all’impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti
Beneficio continuativo	Non è presente un incentivo continuativo
	Misure adottate
PRO 8.7	Valutazione adeguatezza - appropriatezza

Incentivo: Provvigioni di gestione (management fee)

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
 Tipologia di incentivo: Continuativo
 Classe incentivo: Ricevuto / fornito
 Natura dell'incentivo: Monetario
 Metodo di calcolo: La provvigione è calcolata in percentuale sul singolo prodotto alla rivalutazione e alla scadenza

Valutazione ammissibilità	
Servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale	Prestazione di consulenza non indipendente in combinazione con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di un servizio aggiuntivo consistente in supporti telefonici, incontri in presenza o assistenza via email, anche per aggiornare i profili clienti e proporre alternative ai prodotti divenuti inadeguati. Non sono ammissibili Management fee con scaglioni in base al volume.
Assenza di vantaggi diretti	Non presenti vantaggi diretti all'impresa beneficiaria, ai suoi azionisti o dipendenti.
Beneficio continuativo	Assistenza continuativa dell'agenzia a supporto del prodotto in portafoglio.
	Misure adottate
Controllo ammissibilità incentivi in seguito a loro modifica.	

Incentivo: Rappel

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
 Tipologia di incentivo: Non continuo
 Classe incentivo Ricevuto
 Natura dell'incentivo: Monetario
 Metodo di calcolo: L'incentivo è calcolato sulla base di specifici parametri

Valutazione ammissibilità	
I rappel non comprendono parametri collegati alla distribuzione dei prodotti IBIPs.	
Misure adottate	
Verifica in sede di modifica dei rappel di assenza di parametri collegati alla distribuzione di prodotti IBIPs.	

Incentivo: Gare commerciali

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
Tipologia di incentivo: Occasionale
Classe incentivo: Ricevuto / Erogato
Natura dell'incentivo: Monetario
Metodo di calcolo: L'incentivo è calcolato sulla base di specifici parametri stabiliti nella gara commerciale

Valutazione ammissibilità
Non sono ammissibili gare commerciali che comprendono la distribuzione di prodotti IBIPs.
Misure adottate
Verifica in sede di apertura gara commerciale dell'assenza di distribuzione IBIPs.

Incentivo: Omaggi e benefici

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
Tipologia di incentivo: Occasionale
Classe incentivo: Ricevuto
Natura dell'incentivo: Monetario
Metodo di calcolo: Importo non quantificabile

Valutazione ammissibilità
Non sono ammissibili omaggi e benefici in relazione alla distribuzione di prodotti IBIPs.
Misure adottate
Inserito nel regolamento aziendale il divieto di ricevere o fornire omaggi e benefici in relazione alla distribuzione di prodotti assicurativi IBIP.

Incentivo: Contributi avviamento collaboratore

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
Tipologia di incentivo: Mensile, a tempo determinato
Classe incentivo Ricevuto / erogato
Natura dell'incentivo: Monetario
Metodo di calcolo: Contributo economico iniziale

Valutazione ammissibilità
Non sono ammissibili contributi economici di avviamento di un collaboratore in relazione alla distribuzione di prodotti IBIPs.
Misure adottate
Inserito nella procedura PRO 7.2 Gestione e controllo rete il divieto di erogare contributi avviamento ai collaboratori dedicati prevalentemente alla distribuzione di prodotti IBIP.

Incentivo: Contributi sedi operative

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
Tipologia di incentivo: Mensile, a tempo determinato
Classe incentivo Ricevuto / erogato
Natura dell'incentivo: Monetario
Metodo di calcolo: Importo mensile

Valutazione ammissibilità
Non sono ammissibili contributi affitto locali in relazione alla distribuzione di prodotti IBIPs.
Misure adottate
Inserito nella procedura PRO 7.2 Gestione e controllo rete il divieto di erogare contributi per affitto locali ai collaboratori dedicati prevalentemente alla distribuzione di prodotti IBIP.

Incentivo: Documentazione commerciale

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante
Tipologia di incentivo: Continuativo
Classe incentivo: Ricevuto / erogato
Natura dell'incentivo: Non monetario
Metodo di calcolo: Materiale per la promozione della commercializzazione del prodotto

Valutazione ammissibilità
Beneficio non monetario di minore entità, con identificazione dell'impresa mandante nella documentazione, a disposizione dei soggetti interessati - intermediari e pubblico.
Misure adottate
Verifica disponibilità documentazione alla rete e al pubblico.

Incentivo: Eventi formativi

Soggetto da cui sono percepiti: Impresa mandante / intermediario
Tipologia di incentivo: Iniziale e periodico
Classe incentivo: Ricevuto / fornito
Natura dell'incentivo: Non monetario
Metodo di calcolo: Corso di formazione acquisito ed eventuale vitto e alloggio

Valutazione ammissibilità
Beneficio non monetario di minore entità, con identificazione dell'impresa mandante nel soggetto organizzatore del corso.
Misure adottate
Controllo location evento formativo al fine di verificare che non sia non coerente.

Incentivo: altri incentivi individuali

Altri compensi, commissioni e benefici non monetari ricevuti da terzi in relazione alla prestazione dell'attività di distribuzione assicurativa sono indicati nell'ALLEGATO 1 "Elenco altri incentivi".

8. Comunicazione degli incentivi

Prima della distribuzione di prodotti di investimento assicurativo IBIP, mediante l'allegato 4 bis sono comunicati in modo completo, accurato e comprensibile l'esistenza, la natura e l'importo degli incentivi e degli schemi di incentivazione o, qualora l'importo non possa essere accertato, il metodo di calcolo di tale importo.

Le informazioni sono fornite in una forma comprensibile in modo che i contraenti potenziali contraenti possano ragionevolmente comprendere la natura dell'attività di distribuzione e del tipo specifico di prodotto d'investimento assicurativo che sono loro predisposti, nonché i rischi connessi e, di conseguenza, possano prendere le decisioni in materia di investimenti con cognizione di causa.

Benefici non monetari di minore entità

I benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico. Gli altri benefici non monetari ricevuti o pagati sono quantificati e indicati separatamente.

Comunicazione ex-post dei benefici non quantificabili ex-ante

Qualora non sia stato possibile quantificare prima l'importo del pagamento o del beneficio da ricevere o da pagare e sia stato comunicato ai contraenti il metodo di calcolo di tale importo, l'agenzia procede a comunicare successivamente l'esatto ammontare del pagamento o del beneficio ricevuto e pagato. Nel caso di incentivi continuativi, l'agenzia comunica singolarmente ai contraenti, almeno una volta l'anno, l'importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati. I benefici non monetari di minore entità possono essere descritti in modo generico.

Ove non sia stata predisposta dall'impresa apposita integrazione di tali informative con il Documento Unico di Rendicontazione, l'agenzia utilizza l'ALLEGATO 2.

9. Sistema di controllo interno

L'agenzia si è dotata dei seguenti livelli di controllo:

Primo livello di controllo: svolto dagli operatori addetti al controllo polizza.

Secondo livello di controllo: svolto dal referente Compliance con verifica periodica su un campione di polizze, al fine di verificare la correttezza dei controlli e la loro efficacia.

Il documento:

PC - Piano Controlli

identifica i presidi di controllo interno adottati al fine di verificare il rispetto della normativa e la correttezza del meccanismo di distribuzione.

Si verifica inoltre l'ammissibilità degli incentivi seguendo le procedure specifiche di Compagnia.

Tali procedure sono disponibili nella

Scheda Compagnia

10. Allegati e documenti di registrazione

ALLEGATO 1: Elenco altri incentivi

ALLEGATO 2: Informativa incentivi ricevuti o pagati

11. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

ELENCO ALTRI INCENTIVI

Descrizione incentivo:	
Soggetto da cui sono percepiti:	_____
Tipologia di incentivo:	<input type="checkbox"/> Iniziale <input type="checkbox"/> periodico
Classe incentivo	<input type="checkbox"/> Ricevuto <input type="checkbox"/> erogato
Natura dell'incentivo:	<input type="checkbox"/> Monetario <input type="checkbox"/> Non monetario
Metodo di calcolo:	_____
Valutazione ammissibilità	
Misure adottate	

Descrizione incentivo:	
Soggetto da cui sono percepiti:	_____
Tipologia di incentivo:	<input type="checkbox"/> Iniziale <input type="checkbox"/> periodico
Classe incentivo	<input type="checkbox"/> Ricevuto <input type="checkbox"/> erogato
Natura dell'incentivo:	<input type="checkbox"/> Monetario <input type="checkbox"/> Non monetario
Metodo di calcolo:	_____
Valutazione ammissibilità	
Misure adottate	

FAC-SIMILE
Comunicazione al contraente
degli incentivi
(art. 68-septies comma 6 lettere b) e c) reg. IVASS 40/18)

La presente agenzia comunica i seguenti incentivi:

Ammontare esatto del pagamento o del beneficio ricevuto e pagato:

-

-

Inoltre, sono stati ricevuti o pagati i seguenti incentivi continuativi:

Importo effettivo:

Sono inoltre stati ricevuti o pagati benefici non monetari di minore entità, quali documentazione commerciale, corsi di formazione e relative spese di vitto e alloggio.

Cordiali saluti.

Luogo e data

PRO 10.2

Gestione reclami

1. Sommario

1.....	SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE
2.....	RIFERIMENTI NORMATIVI
3.....	TERMINI E DEFINIZIONI
4.....	ATTIVITA'
4.1	RECLAMI PRESENTATI ALLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE
4.2	RECLAMI PRESENTATI DIRETTAMENTE AD IVASS
4.3	RECLAMI PRESENTATI ALL'INTERMEDIARIO
4.4	RECLAMI PRESENTATI AI DIPENDENTI E AI COLLABORATORI DELL'AGENZIA
4.5	RECLAMI RELATIVI A COMPORTAMENTI DEGLI INTERMEDIARI PROPONENTI NEI RAPPORTI DI LIBERA COLLABORAZIONE
5.....	INFORMAZIONI SULLA PROCEDURA RECLAMI
6.....	ANALISI DEI RECLAMI
7.....	INFORMATIVA ALL'IVASS
8.....	RISERVATEZZA

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
1	09.01.2023	Riesame periodico	Francesco Netti
0	15.02.2021	Prima stesura	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Disciplinare la procedura di gestione dei reclami provenienti da IVASS, dalle imprese di assicurazione o dai contraenti.

2. RIFERIMENTI NORMATIVI

Per l'implementazione della presente procedura in attuazione del SGC nonché di tutta la documentazione prescrittiva sono state seguite le prescrizioni contenute nei seguenti riferimenti legislativi e Regolamenti IVASS applicabili.

RIFerimento	anno	descrizione
Regolamento IVASS n. 24/08 modificato dal Provvedimento 76/18	2018	REGOLAMENTO CONCERNENTE LA PROCEDURA DI PRESENTAZIONE DEI RECLAMI ALL'ISVAP DI CUI ALL'ARTICOLO 7 DEL DECRETO LEGISLATIVO 7 SETTEMBRE 2005, N. 209 -CODICE DELLE ASSICURAZIONI PRIVATE E LA PROCEDURA DI GESTIONE DEI RECLAMI DA PARTE DELLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE E DEGLI INTERMEDIARI DI ASSICURAZIONE.
Regolamento IVASS n. 40	2018	DISPOSIZIONI IN MATERIA DI DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA E RIASSICURATIVA DI CUI AL TITOLO IX DEL D. LGS N. 209/05
Provvedimento IVASS n. 97/20	2020	MODIFICHE E INTEGRAZIONI AL REG. ISVAP n. 23/08

3. TERMINI E DEFINIZIONI

Reclamo: una dichiarazione di insoddisfazione in forma scritta nei confronti di un'impresa di assicurazione, di un intermediario assicurativo o di un intermediario iscritto nell'elenco annesso relativa a un contratto o a un servizio assicurativo; non sono considerati reclami le richieste di informazioni o di chiarimenti, le richieste di risarcimento danni o di esecuzione del contratto.

4. ATTIVITA'

4.1 RECLAMI PRESENTATI ALLE IMPRESE DI ASSICURAZIONE

Qualora il contraente inoltrasse reclamo all'impresa, quest'ultima potrà richiedere all'intermediario informazioni in merito al reclamo.

Occorre documentare fatti e atti inerenti al reclamo entro i termini stabiliti, che sono pari a 15 giorni.

4.2 RECLAMI PRESENTATI DIRETTAMENTE AD IVASS

Qualora il contraente inoltrasse reclamo all'IVASS, quest'ultima potrà:

Chiedere all'intermediario di rispondere direttamente al contraente e di trasmettere all'IVASS copia della risposta fornita al reclamante.

Richiedere dati, notizie o documenti all'intermediario, da fornire nel termine di 30 giorni dalla ricezione della richiesta.

4.3 RECLAMI PRESENTATI ALL'INTERMEDIARIO

Qualora il contraente inoltrasse reclamo direttamente all'intermediario, relativi al proprio comportamento o a quello dei propri dipendenti e dei collaboratori, deve trasmetterlo senza ritardo all'impresa proponente interessata, dandone contestuale notizia al reclamante.

Le imprese garantiscono nella fase istruttoria il contraddittorio con l'agente interessato, trasmettendo il reclamo ricevuto all'intermediario invitandolo a fornire entro 15 giorni la documentazione pertinente e ogni altra informazione ritenuta utile per la gestione del reclamo, nonché ad esprimere la propria posizione rispetto alla questione oggetto del reclamo stesso. L'intermediario è in ogni caso posto tra i destinatari delle comunicazioni dell'impresa al reclamante relative al reclamo stesso.

Le imprese forniscono in ogni caso riscontro al reclamante entro 45 giorni dal ricevimento del reclamo.

4.4 RECLAMI PRESENTATI AI DIPENDENTI E AI COLLABORATORI DELL'AGENZIA

I dipendenti e i collaboratori che ricevono un reclamo lo trasmettono senza ritardo all'intermediario per conto del quale svolgono l'attività di intermediazione assicurativa oggetto del reclamo, dandone contestuale notizia al reclamante. L'informativa al reclamante può essere fornita direttamente dall'intermediario principale.

La trasmissione del reclamo dal dipendente all'intermediario avviene attraverso le normali comunicazioni agenziali via e-mail.

4.5 RECLAMI RELATIVI A COMPORTAMENTI DEGLI INTERMEDIARI PROPONENTI NEI RAPPORTI DI LIBERA COLLABORAZIONE

Qualora un reclamo fosse ricevuto dall'agenzia che svolge il ruolo di intermediario proponente in caso di libera collaborazione ai sensi del D.L. 179/12, questa deve inoltrare il reclamo all'intermediario emittente.

Lo stesso intermediario emittente dovrà poi:

- garantire nella fase istruttoria il contraddittorio con l'intermediario collaboratore, invitandolo a fornire entro 15 giorni la documentazione pertinente e ogni altra informazione ritenuta utile per la gestione del reclamo, nonché ad esprimere la propria posizione rispetto alla questione oggetto del reclamo stesso;

- comunicare all'intermediario proponente il riscontro fornito al reclamante, indicando contestualmente eventuali misure correttive idonee a rimuovere la causa del reclamo.

5. INFORMAZIONI SULLA PROCEDURA RECLAMI

La procedura dei reclami deve essere riportata:

- Nell'informativa precontrattuale allegato 3 (anche avvalendosi di apparecchiature tecnologiche)
- Nel proprio sito internet ove utilizzato per la promozione e collocamento di prodotti assicurativi (dandone avviso della pubblicazione nei propri locali)
- Nei locali dove è svolta l'attività di intermediazione e deve comprendere:
 - a) le informazioni concernenti la gestione dei reclami inclusa la modalità di presentazione dei reclami all'impresa o all'intermediario, le modalità di comunicazione e la tempistica di risposta;
 - b) l'indicazione della funzione per la gestione dei reclami dell'impresa o dell'intermediario, ove esistente, incaricata dell'esame dei reclami e i relativi recapiti;
 - c) le indicazioni sulle modalità di presentazione dei reclami all'IVASS (o alla CONSOB secondo quanto indicato nei dip aggiuntivi consegnati prima della sottoscrizione del contratto) e la possibilità per il reclamante, in caso di mancato o parziale accoglimento del reclamo, di rivolgersi all'Autorità e ai sistemi alternativi di risoluzione delle controversie previsti a livello normativo o convenzionale, specificandone le modalità.

6. ANALISI DEI RECLAMI

L'agenzia è tenuta ad analizzare i dati dei singoli reclami trattati, inclusi i reclami relativi ai comportamenti dei dipendenti e dei collaboratori, evidenziando le cause di fondo comuni alle tipologie di reclamo. All'esito dell'analisi, gli intermediari valutano se tali cause possano interessare anche procedure o prodotti diversi da quelli trattati nel reclamo e intervengono con l'adozione di appropriate misure correttive.

7. INFORMATIVA ALL'IVASS

A richiesta dell'IVASS l'agente fornisce all'Autorità:

- a) le informazioni relative al numero dei reclami ricevuti, ai tempi di risposta, all'oggetto e all'esito del reclamo;
- b) le risultanze dell'analisi dei reclami;
- c) l'ultimo prospetto statistico disponibile redatto ai sensi dell'allegato 2.

8. RISERVATEZZA

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'agenzia assicurativa ed è protetto dalle leggi in materia di diritto d'autore. L'uso di tale documento deve intendersi esclusivamente interno. Qualunque riproduzione totale o parziale dei contenuti di tale documento, e dei documenti allegati ivi richiamati, senza autorizzazione scritta, soprattutto per finalità commerciali, è espressamente vietata e perseguita a norma di legge.

MAIDA ANTONIO CORSO GARIBALDI 229/A - 88049 SOVERIA MANNELLI (CZ) A000000193 del 01-02-2007		PIANO CONTROLLI COMPLIANCE				PC rev 2 del 09-01-2023 ©Riproduzione riservata
Fase del processo	Funzione coinvolta	Controllo	Responsabile	Frequenza	Documento	
Processo di approvazione dei prodotti						
-	Emissione circolari	Referene Compliance	Uscita circolare su portale impresa	Referene Compliance	giornaliera	autocontrollo (*)
-	Riesame Schede POG	Responsabile Prodotto	Completezza informazioni scheda POG	Responsabile Prodotto	Ad ogni uscita nuova circolare per nuovo prodotto o modifica esistente	P7.5ALL1 Riesame Schede POG
-	Elaborazione questionari di agenzia (ove predisposti)	Responsabile Prodotto	Adeguatezza questionari agenzia nell'identificare mercato di riferimento	Responsabile Prodotto	Ad ogni uscita nuova circolare per nuovo prodotto o modifica esistente	P7.5ALL1 Riesame Schede POG
-	Distribuzione circolari a rete	Responsabile Prodotto	Presenza visione circolare	Responsabile Prodotto	Ad ogni uscita nuova circolare per nuovo prodotto o modifica esistente	Firma doc F156 fascicolo addetto
-	Monitoraggio	Responsabile Prodotto	Informazioni ricevute e comunicate	Responsabile Prodotto	Settimanale	P7.5ALL1 Riesame Schede POG
			Andamento distribuzione	Responsabile Prodotto	Annuale	P7.5ALL1 Riesame Schede POG
Meccanismo di distribuzione - danni e vita						
6.1	Regole di comportamento	Referente Compliance	Presenza visione regolamento	Gestione e controllo rete	Iniziale e ogni tre anni	Firma doc F055 fascicolo addetto
6.2	Gestione addetti all'attività di intermediazione	Gestione e controllo rete	Piano controllo addetti	Gestione e controllo rete	secondo piano	secondo piano
6.3	Promozione di prodotti assicurativi	Delegato assicurativo	Piano controllo marketing	Delegato assicurativo	secondo piano	secondo piano
6.4	Gestione contatto cliente	Addetto	Sottoscrizione documenti cliente compagnia	Controllo informatico impresa	ogni cliente	a cura impresa
			Corretta identificazione OTP cliente: email e cellulari univoci non ripetuti e personali. Identificazione in presenza.	Controllo informatico impresa	ogni cliente	a cura impresa
			Sottoscrizione documenti d'agenzia (verificato anche tramite gestionali di agenzia)	Addetto	ogni cliente	autocontrollo
6.5	Preventivi	Addetto	Andamento preventivi e chiusura preventivi non accettati	Addetto	ogni preventivo	Informatico di compagnia
6.6	Informativa precontrattuale e contrattuale	Addetto	Presenza documentazione dichiarazione consegna, in polizza	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
			Effettiva consegna documentazione se in forma cartacea mediante richiesta al contraente o numero copie distribuite	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.7	Remunerazione e incentivi	Addetto	Riconsegna informativa sulle remunerazioni in caso di effettuazione di pagamento diverso dal premio in corso e dai pagamenti programmati	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Coerenza degli incentivi corrisposti alla rete coerenti con le politiche di remunerazione indicate dal produttore.	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.8	Analisi esigenze cliente	Addetto	Presenza questionari analisi esigenze (o di compagnia o di agenzia)	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
6.9	Acquisizione documenti	Addetto	Presenza di tutti i documenti di polizza	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
6.10	Identificazione prodotto / offerta	Addetto	Assenza conflitti di interesse	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)

6.11	Valutazione coerenza con metodo di impresa	Addetto	Corretta distribuzione al mercato di riferimento	Controllo informatico impresa	ogni polizza	informatico
6.11	Valutazione coerenza con metodo di agenzia	Addetto	Corretta distribuzione al mercato di riferimento	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
6.12	Sottoscrizione documentazione cartacea	Addetto	Completezza firme	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
			Validità firme (firme false) cartacee mediante confronto fra firme	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.12	Sottoscrizione documentazione digitale	Addetto	Completezza firme	Controllo informatico impresa	ogni polizza	a cura impresa
			Validità firme (firme false) digitali OTP mediante controllo email e cellulare ed identificazione in presenza	Controllo informatico impresa	ogni polizza	a cura impresa
6.13	Documentazione da consegnare ai clienti	Addetto	Effettiva consegna copia documentazione al contraente (mediate verifica documenti presenti su una polizza da consegnare)	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.14	Incasso premi	Addetto	Corretta indicazione modalità e data incasso su foglio cassa Controllo anomalie provenienza bonifici Controllo presenza fotocopie assegni e clausola "non trasferibile" Controllo intestazione assegni Controllo rispetto limite denaro contante	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Banconote false, tramite scanner in cassa	Amministrativo di cassa	Tutto il denaro in contante	autocontrollo (*)
6.14	Incasso su conti separati dei collaboratori	Collaboratori	Corretta gestione conto separato collaboratori: - Provenienza bonifico da conto autorizzato - Anomalie di versamento mediante confronto tra fogli cassa e estratto conto	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.14	Fidejussione	Delegato assicurativo	Coerenza fidejussione con premi annui	Referente Compliance	ogni rinnovo	Comunicazione a banca
6.15	Rinnovi	Addetto	Rinnovi disdettati	Amministrativo d'agenzia	Ogni rinnovo	Informatico di compagnia
6.16	Vendita con consulenza	Addetti	Svolgimento consulenza non autorizzata in fase di dichiarazione periodica nel fascicolo addetto	Gestione e controllo rete	iniziale e ogni tre anni	Firma doc F156 fascicolo addetto
			Presenza documentazione obbligatoria: indicazione remunerazioni in informativa precontrattuale e raccomandazione personalizzata	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.17	Vendita tramite altre collaborazioni: broker	Delegato assicurativo	Presenza documenti di Compliance: incarico broker ed elenco Identificare i broker da un campione di polizze	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Verifica onorabilità	Gestione e controllo rete	iniziale e ogni tre anni	Firma doc F016 fascicolo addetto
			Presenza questionari di compagnia in polizza	Addetto	ogni polizza broker	autocontrollo (*)
	Vendita tramite collaborazioni orizzontali		Presenza documenti di Compliance: incarico collaborazione ed elenco. Identificare i broker da un campione di polizze	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Verifica onorabilità	Gestione e controllo rete	iniziale e ogni tre anni	Firma doc F016 fascicolo addetto
			Presenza questionari di compagnia in polizza	Addetto	ogni polizza collaborazioni	autocontrollo (*)
	Vendita tramite segnalatori		Presenza documenti di Compliance: incarico segnalatore. Identificare i segnalatori da fatture emesse	Referente Compliance	In fase iniziale	Accordo segnalatore
6.18	Contratti in forma collettiva	Delegato assicurativo	Presenza adesioni firmate	Addetto	ogni polizza	autocontrollo (*)
6.19	Vendita a distanza	-	Verifica esclusione attività	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.20	Vendita abbinata	-	Verifica esclusione attività	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
6.21	Gare pubbliche	Addetto	Avanzamento gara	Addetto	ogni gara	Autocontrollo

6.22	Gestione sinistri	Addetto	Avanzamento e gestione sinistro	Addetto	ogni sinistro	Informatico di compagnia
6.23	Conservazione	Addetto	Conservazione in locali adeguati e protetti	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Presenza documenti oltre i limiti di tempo di conservazione consentito	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
			Conservazione dococumenti di Compliance	Referente Compliance	Secondo Piano Audit	AUDIT DI PRODOTTO
Meccanismo di distribuzione - IBIPs						
6.3	Promozione di prodotti assicurativi		Assenza promozione autonoma per IBIPs	Delegato assicurativo	continuo	Autocontrollo
6.7	Analisi esigenze cliente		Utilizzo questionari di compagnia per IBIPs	Addetto	ogni polizza IBIPs	Autocontrollo
6.15	Vendita con consulenza		Utilizzo informative con consulenza	Addetto	ogni polizza IBIPs	Autocontrollo
6.21	Incentivi		Correttezza incentivi per IBIPs	Delegato assicurativo	ogni polizza IBIPs	Autocontrollo
(*) all'autocontrollo è possibile prevedere in alternativa: prevedere:						
		1)	CHECK "OK" SU POLIZZA INDICANTE LA CONFORMITA' A TUTTI I CONTROLLI EFFETTUATI, CON TIMBRO E FIRMA			
		2)	Documento di controllo P8.5ALL80 "Scheda controllo POG"			