



Approccio IVASS alla vigilanza su POG

Elena Bellizzi

***Capo del Servizio Vigilanza Condotta
di mercato***

ProtectionLAB EMF Group – 4 Febbraio 2021

Approccio IVASS in linea con
EIOPA's approach to the supervision of product oversight and governance
(pubblicato su sito EIOPA)*. **Una Vigilanza:*

- **risk based e proporzionale:** considerazione della dimensione dell'azienda, della gamma e del livello di complessità dei prodotti, delle linee di business e della rete distributiva utilizzata;
- **compliance sostanziale:** policy, procedure e sistemi di controllo non solo sulla carta ma nella loro concreta applicazione;
- **esame dei risultati:** come è stata implementata nella pratica la customer view e se produce effettivamente risultati positivi per il cliente

INDOSSIAMO GLI OCCHIALI DEL CLIENTE



- I processi e i sistemi di controllo **identificano tutti i rischi** del processo di approvazione del prodotto? Sono previste misure adeguate per la loro mitigazione?
- Sono adeguati e proporzionati nel garantire **buoni risultati per i consumatori**, tenendo conto del modello di business, delle dimensioni, dei mercati target, delle caratteristiche dei prodotti e della strategia distributiva?
- Quale ruolo assumono nel processo POG **l'organo amministrativo e le diverse funzioni aziendali**? Come interagiscono nelle diverse fasi del processo? Come sono gestiti e risolti eventuali conflitti tra le diverse funzioni?
- Le attività svolte da Compliance, Risk Management e Internal Audit sul processo POG sono incentrate sulla customer view? Come sono state considerate e affrontate le risultanze di tali attività? Quali azioni sono state intraprese, con quali risultati?

- Come è stato **applicato nella pratica** il processo per la definizione del Target Market? È stato effettivamente seguito e documentato? Quali risultati ha prodotto?
- La definizione di prodotti «complessi» è adeguata? È stata applicata e documentata? Le caratteristiche del TM sono sufficientemente **granulari** per valutarne obiettivi ed esigenze rispetto alle caratteristiche del prodotto? Supportano la corretta distribuzione del prodotto riducendo casi di misselling?
- Sono stati considerati **limiti ed esclusioni** del prodotto?
- Quali **funzioni** sono state coinvolte nel processo? Sono stati rispettati ruoli e funzioni? Le funzioni coinvolte hanno competenze adeguate? È stato assicurato il giusto equilibrio tra persone con competenze in materia di condotta/protezione dei consumatori e competenze di marketing, legali e di conformità?

- Come è stato applicato nella pratica **il processo di test del prodotto**? Esistono test quantitativi, indicatori, individuazione di soglie ? Come sono stati utilizzati i risultati del test: es sospensione lancio, modifica del prodotto e/o del target market?
- Quali elementi sono sottoposti a test? È stata valutata l'adeguatezza del prodotto lungo l'intero ciclo di vita considerando anche possibili modifiche delle esigenze e caratteristiche del target market?
- Oltre alla sostenibilità e redditività per l'impresa è considerato e come il valore del prodotto **per il cliente**? Ci sono *fairness tests* per valutare l'effettivo valore che prestazioni e servizi offerti hanno per il cliente anche dal punto di vista dei costi? **Il prodotto nel suo complesso ha un valore ed un prezzo equo per il consumatore?**

- Come le diverse caratteristiche del target market e dei prodotti si riflettono nella strategia distributiva e nella selezione di distributori adeguati?
- Sono considerati e come sono mitigati nel processo di distribuzione i rischi specifici che potrebbero emergere o che sono stati identificati nella fase di test del prodotto, compresi quelli legati alla **remunerazione** della rete di vendita?
- Come viene assicurata l'adeguatezza delle **informazioni** fornite ai distributori al fine di evitare possibili fenomeni di misselling?
- Il **monitoraggio delle reti di vendita** contiene strumenti adeguati ad assicurare la rispondenza con la strategia distributiva individuata? Quali sono i risultati della loro applicazione e le eventuali azioni correttive adottate? Come viene monitorata e verificata la coerenza delle vendite fuori target?