



SERVIZIO NORMATIVA E POLITICHE DI VIGILANZA
SERVIZIO ISPETTORATO
SERVIZIO VIGILANZA SULLA CONDOTTA DI MERCATO

<i>Rifer. a nota n.</i>		<i>del</i>	Alle Imprese di assicurazione con sede legale in Italia LORO SEDI
<i>Classificazione</i>	III	1	Alle Rappresentanze Generali per l'Italia di imprese di assicurazione con sede legale in uno Stato terzo rispetto allo S.E.E. LORO SEDI
<i>All.ti n.</i>	1		Alle Imprese di assicurazione con sede legale in un altro Stato membro dello S.E.E che operano in Italia in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi LORO SEDI
			Agli Intermediari assicurativi iscritti nel Registro Unico degli Intermediari tenuto da IVASS e nell'Elenco annesso al Registro LORO SEDI
<i>Oggetto</i>	Aspettative di vigilanza in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (POG).		

1. Introduzione

L'IVASS ha elaborato aspettative in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (*Product oversight and governance*, di seguito, POG) rivolte alle imprese di assicurazione e agli intermediari produttori di fatto¹, per favorire l'uniforme e corretta applicazione del *framework* normativo europeo e nazionale, secondo i canoni della sana e prudente gestione, trasparenza e correttezza nei confronti della clientela e nel rispetto del criterio di proporzionalità, da declinare in base alla complessità operativa, dimensionale e organizzativa, nonché alla natura dell'attività svolta.

Le aspettative sono volte ad assicurare la massima tutela della clientela; la relativa attuazione operativa è rimessa alla singola impresa secondo il criterio di proporzionalità.

Le aspettative si articolano in indicazioni di carattere generale sulle modalità con le quali l'IVASS si attende che le compagnie si uniformino al vigente quadro normativo in materia

¹ Ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera e) del Regolamento IVASS n. 45 del 4 agosto 2020, per "intermediario produttore di fatto" si intende "l'intermediario assicurativo che realizza prodotti assicurativi quando sussistono i presupposti e le condizioni di cui all'articolo 3 del Regolamento (UE) 2017/2358".

di POG. Sono raggruppate tematicamente in riquadri e articolate in indicazioni di maggiore dettaglio, corredate ove opportuno dai pertinenti riferimenti normativi o dalle evidenze emerse nelle analisi di vigilanza che giustificano le scelte effettuate dall'Istituto.

In un'ottica di trasparenza, il documento rende note le metodologie adottate dall'Istituto nelle analisi e verifiche di vigilanza su alcuni aspetti di particolare rilievo.

2. Quadro normativo e principi ispiratori

La disciplina dei requisiti di governo e controllo del prodotto applicabile alle imprese di assicurazione deriva da fonti europee direttamente applicabili e dalla normativa nazionale rivista a seguito del recepimento della *Insurance Distribution Directive* (di seguito, IDD)² che, all'articolo 25, aveva introdotto obblighi di *product governance*³ in capo ai produttori e ai distributori che realizzano prodotti assicurativi.

Nel corso degli anni, le disposizioni in materia di POG contenute nella IDD sono state integrate da disposizioni europee e nazionali. In particolare:

a livello europeo:

- dal Regolamento Delegato (UE) 2017/2358 della Commissione del 21 settembre 2017 (di seguito, Regolamento Delegato POG) che, nello specifico, ha disciplinato: (i) il processo di approvazione del prodotto dei soggetti che realizzano prodotti assicurativi, con particolare riguardo all'individuazione del mercato di riferimento, al *test* del prodotto, all'attività di monitoraggio e revisione del prodotto e al correlato rapporto con i canali di distribuzione; (ii) i meccanismi di distribuzione del prodotto e l'informativa che il distributore è chiamato a rendere al soggetto che realizza prodotti assicurativi;
- da alcuni documenti EIOPA, meglio descritti nei punti successivi, volti a supportare le imprese e i distributori nell'attuazione delle proprie politiche POG, in modo da poter interagire meglio con i supervisori⁴;

a livello nazionale:

- da quanto previsto dall'articolo 30-*decies* del Codice delle Assicurazioni Private (di seguito, CAP) introdotto dal decreto legislativo n. 68 del 2018 di recepimento della IDD, che, in particolare, impone alle imprese di assicurazione e agli intermediari che realizzano prodotti assicurativi di: (i) elaborare e attuare un processo di approvazione per ciascun prodotto assicurativo e per ogni modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, prima che sia commercializzato o distribuito ai clienti; (ii) individuare, per ciascun prodotto, un mercato di riferimento, definizione che raccoglie le

² Direttiva (UE) 2016/97 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 gennaio 2016 sulla distribuzione assicurativa, recepita nell'ordinamento italiano dal Decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 68 che ha modificato il CAP.

³ Mutuandoli dalla Direttiva UE n. 65/2014 (c.d. Direttiva MiFID II). In particolare, l'articolo 25 della IDD ha introdotto presidi a tutela del consumatore dal momento del *design* e del lancio del prodotto, per assicurare che siano adeguatamente tenuti in considerazione gli interessi del mercato dei clienti cui il prodotto è destinato (c.d. *target market*). I presidi di tutela si estendono lungo tutta la durata di vita del prodotto, prevedendone un monitoraggio nel tempo per garantire che lo stesso continui a rispondere agli interessi della tipologia di clienti per i quali è stato realizzato.

⁴ *EIOPA's approach to the supervision of product oversight and governance* dell'8 ottobre 2020 (https://www.eiopa.europa.eu/content/eiopa-approach-supervision-product-oversight-and-governance_en?source=search); *EIOPA Supervisory Statement on assessment of value for money of unit-linked insurance products under product oversight and governance* del 30 novembre 2021 (https://www.eiopa.europa.eu/document-library/supervisory-statement/supervisory-statement-assessment-of-value-money-of-unit_en?source=search); *EIOPA Methodology to assess value for money in the unit-linked market* del 31 ottobre 2022 (https://www.eiopa.europa.eu/document-library/methodology/methodology-assess-value-money-unit-linked-market_en?source=search).

categorie di clienti cui il prodotto è destinato (c.d. mercato di riferimento positivo); (iii) individuare, per ciascun prodotto, le categorie di clienti ai quali non può essere distribuito (c.d. mercato di riferimento negativo); (iv) adottare ogni ragionevole misura per assicurare che il prodotto assicurativo sia distribuito al mercato di riferimento individuato; v) trasmettere ai distributori di prodotti assicurativi tutte le informazioni rilevanti su di essi e sul relativo processo di approvazione, compreso il relativo mercato di riferimento individuato;

- dalla lettera al mercato del 4 settembre 2017 relativa ai presidi in materia di POG che debbono essere adottati dalle imprese di assicurazione e dai distributori di prodotti assicurativi;
- dal Regolamento IVASS n. 45 del 4 agosto 2020, che ha dato attuazione agli articoli 30-*decies*, comma 7⁵, e 121-*bis*, comma 2, del CAP. In particolare il Regolamento 45/2020 disciplina: (i) il processo di approvazione e l'attività di distribuzione dei prodotti assicurativi, (ii) i processi di approvazione e distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi ("*Insured based investment product*", di seguito IBIPs).
- dal Regolamento IVASS n. 38 del 3 luglio 2018 in materia di sistema di governo societario, che disciplina i compiti e le responsabilità degli organi sociali coinvolti nel processo POG.

3. Analisi per la valutazione dell'impatto della regolamentazione

Il documento contenente le aspettative in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi discende dall'esigenza di assicurare convergenza nelle prassi di applicazione delle disposizioni derivanti dal *framework* normativo nazionale ed europeo di riferimento.

Lo schema di lettera al mercato è stato preventivamente sottoposto a pubblica consultazione in quanto atto - avente finalità interpretativa o applicativa - che può determinare impatti significativi sull'attività e sull'organizzazione dei destinatari (articolo 2, comma 1, lettera a), numero 6), del Regolamento IVASS n. 54/2023).

Il presente documento tiene conto di alcuni commenti ricevuti in detta fase al fine di chiarire e, ove necessario, riformulare il contenuto delle aspettative.

4. Finalità delle aspettative

Nell'ambito dell'attività di vigilanza sulla condotta di mercato delle imprese di assicurazione, l'IVASS ha svolto una serie di verifiche sulle modalità di attuazione della normativa in tema di POG attraverso richieste di documentazione, incontri e visite ispettive.

Benchè si siano rilevati progressi nell'allineamento dei processi aziendali di approvazione del prodotto e dei relativi sistemi di controllo interno alle disposizioni comunitarie e nazionali sopra ricordate, persistono significative carenze, sulle quali si ritiene necessario richiamare le imprese vigilate ad adottare tempestivamente corrette modalità di attuazione della normativa di riferimento, con particolare riguardo a:

- i sistemi di **governance del processo POG**, sia relativamente agli organi e alle funzioni coinvolte, che alla formalizzazione di adeguate *policy* e linee guida. Sono stati, infatti,

⁵ Articolo 30-*decies*, comma 7: "L'IVASS, sentita la Consob, adotta le disposizioni attuative¹⁴⁶ del presente articolo in modo da garantire uniformità alla disciplina applicabile alla vendita dei prodotti d'investimento assicurativo a prescindere dal canale distributivo e la coerenza e l'efficacia complessiva del sistema di vigilanza sui prodotti di investimento assicurativi, ai sensi ed in coerenza con quanto disposto all'articolo 5, comma 1, lettera b), n. 1, della legge 25 ottobre 2017, n. 163."

riscontrati: (i) situazioni di mancanza di un effettivo coinvolgimento dell'organo amministrativo e di un autonomo ed efficace contributo delle funzioni c.d. fondamentali⁶; (ii) lacune o ambiguità nella formalizzazione di ruoli/responsabilità; (iii) linee guida non adeguatamente dettagliate e non comprensive di tutte le fasi del processo POG; (iv) processi non sufficientemente orientati al valore per il cliente; (v) assenza di appropriate metodologie di analisi e soglie per la determinazione e valutazione degli esiti del *test* di prodotto;

- l'**individuazione del mercato di riferimento** (*Target Market, TM*) risultato, soprattutto per i prodotti di investimento assicurativi che presentano una molteplicità di opzioni di investimento, troppo ampia e generica (insufficiente livello di dettaglio) e non in grado di contrastare il rischio di *mis-selling*;
- le analisi per la determinazione e la misurazione del **valore del prodotto per il cliente** (*Value for Money, VfM*), risultate sovente carenti nel considerare il punto di vista del cliente, sia perché basate sul confronto con prodotti simili delle imprese concorrenti, senza alcuna determinazione del valore del prodotto in sé, sia perché comprensive di valutazioni tese a verificare la sostenibilità del prodotto e la sua redditività solo dalla prospettiva dell'impresa.

In analogia a iniziative già adottate da altre Autorità di vigilanza assicurativa della Unione Europea si ritiene, pertanto, utile rendere noto alle imprese di assicurazione le aspettative dell'IVASS in materia di POG, non solo per contribuire al superamento delle carenze riscontrate, ma anche a beneficio delle stesse imprese, offrendo indicazioni che facilitino l'applicazione della normativa.

Le aspettative di seguito riportate individuano, infatti, le prassi applicative che questo Istituto ritiene diano appropriata attuazione: (i) alla POG (articolo 25 della IDD) e alla remunerazione dell'attività distributiva e conflitti di interesse (articolo 17, par. 3, artt. 27, 28 e articolo 29, par. 2, della IDD); (ii) agli Atti delegati direttamente applicabili in materia di POG e di distribuzione di IBIPs (Regolamento Delegato POG e Regolamento Delegato (UE) 2017/2359); (iii) alla normativa nazionale di attuazione, ivi comprese le disposizioni regolamentari adottate dall'IVASS (Regolamenti nn. 40/2018 e 45/2020); (iv) alle indicazioni fornite dall'EIOPA sulla POG e sulla determinazione del valore del prodotto per il cliente (*Value for Money*)⁷.

In linea con il *Supervisory Statement on assessment of Value for Money of unit-linked insurance products under product oversight and governance*, pubblicato dall'EIOPA il 30 novembre 2021, e considerate le peculiarità del mercato italiano, le aspettative dell'IVASS sono in questa fase focalizzate sul processo POG e, in particolare, sulla valutazione del

⁶ Funzione di gestione dei rischi, Funzione di verifica della conformità, Funzione attuariale, Funzione di revisione interna.

⁷ Articolo 25 della Direttiva (UE) 2016/97– IDD; Regolamento Delegato (UE) 2017/2358; articolo 30-*decies* del Decreto legislativo del 7 settembre 2005, n. 209 – CAP; Regolamenti IVASS nn. 38/2018 e 45/2020; *EIOPA's approach to the supervision of product oversight and governance* dell'8 ottobre 2020 (https://www.eiopa.europa.eu/content/eiopa-approach-supervision-product-oversight-and-governance_en?source=search); *EIOPA Supervisory Statement on assessment of value for money of unit-linked insurance products under product oversight and governance* del 30 novembre 2021 (https://www.eiopa.europa.eu/document-library/supervisory-statement/supervisory-statement-assessment-of-value-money-of-unit_en?source=search); *EIOPA Methodology to assess value for money in the unit-linked market* del 31 ottobre 2022 (https://www.eiopa.europa.eu/document-library/methodology/methodology-assess-value-money-unit-linked-market_en?source=search).

valore per il cliente (*Value for Money*) che scaturisce dalla fase di *test* del prodotto per gli IBIPs, comprese quindi anche le polizze rivalutabili di ramo I⁸.

Criteri ispirati agli stessi principi e finalità di tutela della clientela dovrebbero guidare la corretta applicazione delle norme POG applicabili ai prodotti vita non IBIPs e al *business* danni.

Nella valutazione del *Value for Money* dei prodotti IBIPs, le aspettative dell'Istituto sono state definite in base alla metodologia armonizzata, elaborata dalla comunità dei supervisori europei e pubblicata dall'EIOPA il 31 ottobre 2022.

Le aspettative che seguono mirano a fornire indicazioni di carattere generale circa le modalità con le quali osservare la disciplina POG. Esse non hanno carattere vincolante, ma le imprese che utilizzano modalità diverse da quelle indicate dovranno attentamente valutare la coerenza delle soluzioni adottate anche rispetto alle presenti aspettative.

In continuità con l'azione di supervisione, l'IVASS valuterà, nell'ambito delle analisi di vigilanza, il livello di rispondenza alle attese dell'Istituto, per assicurare il progressivo e graduale allineamento delle prassi aziendali.

5. Ambito di applicazione

Le aspettative sono rivolte alle imprese di assicurazione con sede legale in Italia e alle sedi secondarie, ubicate in Italia, delle imprese con sede legale in Stati terzi e agli intermediari produttori di fatto, ove compatibili.

Al fine di promuovere parità di tutela per gli assicurati italiani, l'IVASS rappresenterà all'*Home supervisor*, nell'ambito dei rapporti di cooperazione e coordinazione incentivati dall'EIOPA per la vigilanza POG nel contesto *cross border*, le aspettative in relazione ai prodotti commercializzati in Italia da soggetti aventi sede legale nello Spazio Economico Europeo, attivi in Italia in regime di stabilimento o in libera prestazione di servizi. Tenuto conto che le aspettative sono finalizzate a rafforzare il processo POG e considerate le osservazioni formulate nel corso della pubblica consultazione, si precisa che, in coerenza con l'ambito di applicazione definito nel Regolamento IVASS n. 45/2020, i profili di *governance* del processo POG delle imprese con sede legale in altro Stato SEE sono soggetti al *framework* normativo dell'Autorità *Home*.

In coerenza con l'impianto normativo primario europeo e nazionale e con la regolamentazione attuativa emanata dall'IVASS, le aspettative contengono indicazioni specifiche e dettagliate per i prodotti di investimento assicurativi, avuto particolare riguardo a quelle concernenti i criteri che presiedono l'individuazione del mercato di riferimento e le analisi per la determinazione e misurazione del valore del prodotto per il cliente (*Value for Money*). Tali aspettative tengono in adeguata considerazione le indicazioni contenute nei documenti pubblicati dall'EIOPA e rappresentano linee guida immediate per le imprese vita che producono e distribuiscono IBIPs.

Resta fermo che gli stessi principi e finalità di tutela della clientela che sovrintendono le indicazioni concernenti gli IBIPs devono guidare le imprese nella corretta applicazione delle norme POG, per quanto applicabili, anche relativamente ai prodotti vita non IBIPs e ai prodotti danni.

⁸ L'estensione alle polizze rivalutabili, oltre alla considerazione delle caratteristiche specifiche del mercato italiano, risponde anche a criteri di omogeneità con l'analogo trattamento applicato alla componente rivalutabile delle polizze multiramo.

Le aspettative sono volte ad assicurare la massima tutela della clientela, in omaggio principio di proporzionalità; la loro attuazione è rimessa alla singola impresa, che deve tenere conto della articolazione operativa e organizzativa, della portata dei rischi connessi al *business* concretamente esercitato, del livello di complessità di ogni prodotto assicurativo e del correlato mercato di riferimento. Anche l'esercizio dell'attività di vigilanza dell'IVASS sarà calibrato in base al medesimo principio.

6. Attività di vigilanza dell'IVASS

Ai sensi dell'articolo 9-bis, comma 1, lettera b) del CAP in materia di trasparenza dell'Autorità di vigilanza, si fa presente che l'IVASS, nei propri processi di supervisione sulla POG, adotterà le indicazioni riportate nel presente documento.

Con riferimento alle diverse metodologie individuate della metodologia armonizzata EIOPA, l'istituto intende privilegiare l'utilizzo:

- del "tool 1" (*Approach based on PRIIPs KID data*) per il *Layer I – market wide assessment*, dando particolare rilevanza ai dati dei KID⁹ relativi al RIY¹⁰ e alle *performance* attese;
- del "tool 1" (*Product Profitability testing*) per il *Layer II – enhanced supervision*, avvalendosi degli indicatori previsti al punto 11.1 e basandosi sull'esame delle condizioni di polizza e sull'adozione di ipotesi di rendimento.

Sulla base dell'esperienza maturata nel corso dell'utilizzo di tali "tool", l'IVASS potrà apportare agli adeguamenti che si renderanno necessari, che saranno in ogni caso resi pubblici.

La presente nota dovrà essere portata a conoscenza dell'Organo amministrativo, dell'Alta Direzione e degli Organi con funzioni di controllo.

Resta fermo l'obbligo dell'Organo amministrativo di disporre un'approfondita ed esaustiva analisi con riferimento alle presenti aspettative, di valutarne criticamente i risultati, di individuare le soluzioni più appropriate per rimuovere le eventuali carenze, garantendone al contempo la coerenza rispetto a quanto meglio di seguito dettagliato.

L'IVASS valuterà, ove opportuno, se acquisire le relative deliberazioni dell'Organo amministrativo.

Distinti saluti.

Per il Diretorio Integrato
Il Governatore della Banca d'Italia

firma 1

⁹ *Key information document.*

¹⁰ *Reduction In Yield.*

1. Aspettative di vigilanza

Si riportano di seguito 15 aspettative di vigilanza, articolate in indicazioni di dettaglio relative ai diversi profili richiamati, comprensive di alcuni esempi concreti e corredate da paragrafi esplicativi contenenti riferimenti normativi o evidenze emerse nell'attività di vigilanza. Esse riguardano: (i) i sistemi di *governance* del processo POG (relativamente agli organi e alle funzioni fondamentali coinvolte e alla formalizzazione di adeguate *policy* e linee guida); (ii) i criteri che presiedono l'individuazione del mercato di riferimento; (iii) le analisi per la determinazione e misurazione del valore del prodotto per il cliente (*Value for Money*).

Le definizioni utilizzate fanno sostanzialmente riferimento a quelle contenute nella regolamentazione europea e nazionale, primaria e secondaria, e ai documenti EIOPA richiamati.

1.1. Sistemi di governance del processo POG

L'articolo 4 del Regolamento Delegato POG richiede ai soggetti che realizzano prodotti assicurativi di adottare, gestire e controllare il processo di approvazione del prodotto con misure e procedure per la progettazione, il monitoraggio, la revisione e la distribuzione dei prodotti assicurativi, nonché prevedendo azioni correttive dei prodotti che recano un pregiudizio ai clienti.

L'articolo 5, comma 2, lettera e), del Regolamento IVASS n. 38/2018 individua, tra i compiti dell'organo amministrativo, quello di determinare il sistema degli obiettivi di rischio, definendo la propensione al rischio dell'impresa, individuando le tipologie di rischio che ritiene di assumere – ed eventualmente quelle non assumibili - fissando in modo coerente i relativi limiti di tolleranza al rischio, che rivede almeno una volta l'anno al fine di assicurarne l'efficacia nel tempo.

Ai sensi dell'articolo 5 del Regolamento IVASS n. 45/2020, l'organo amministrativo delle imprese di assicurazione ha la responsabilità ultima dell'osservanza delle norme sul processo di approvazione dei prodotti assicurativi. A tal fine approva e aggiorna, almeno una volta l'anno, la politica in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi di cui all'articolo 4 del Regolamento Delegato POG; in sede di aggiornamento, si avvale anche di una relazione delle competenti funzioni aziendali che dia conto dello stato di attuazione della politica e dei problemi emersi nella sua applicazione.

1. L'Istituto si attende che:

- a. il processo POG - nella sua qualità di processo aziendale che interviene sin dalla fase di progettazione del prodotto - sia parte integrante del sistema di governo societario e del sistema di gestione e controllo dei rischi e sia adeguatamente considerato nell'assetto organizzativo dell'impresa, nonché**

nell'attribuzione di compiti e responsabilità alle strutture operative e alle funzioni fondamentali;

- b. l'organo amministrativo abbia un'adeguata conoscenza della normativa POG al fine di definire indirizzi strategici del sistema di governo societario e di verificare come tali indirizzi strategici sono stati attuati nell'impresa.**

2. L'Istituto si attende che la *policy* in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi - prevista dall'articolo 4 del Regolamento Delegato POG, approvata dall'organo amministrativo e di cui l'Allegato 1 del Regolamento IVASS n. 45/2020 declina il contenuto - includa chiari indirizzi in tema di individuazione granulare del *target market*, nonché di svolgimento del *test* di prodotto, traducendo in limiti operativi e soglie quantitative, quindi verificabili a posteriori, gli obiettivi declinati dall'articolo 8 del Regolamento IVASS n. 45/2020 sul valore del prodotto stesso per il cliente e, in particolare, la previsione di cui al comma 2, lettera a), circa le verifiche che i costi e gli oneri non compromettano le aspettative di rendimento del prodotto di investimento assicurativo.

- 2.1. L'Istituto si attende che la *policy* in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi fornisca, al suo interno o in un documento allegato alla stessa, in relazione alla definizione del mercato di riferimento e al *test* di prodotto di cui agli articoli 6 e 8 del Regolamento IVASS n. 45/2020, chiari e puntuali indirizzi/linee guida che identifichino le variabili da tenere in considerazione, i principali indicatori da valutare, prevedendo altresì per questi ultimi soglie quantitative, verificabili a posteriori; ciò in particolare per quanto attiene ai requisiti della compatibilità dei costi e degli oneri con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento e dell'adeguato valore del prodotto per il cliente.
- 2.2. L'Istituto si attende – come già esplicitato nell'allegato 1 al Regolamento IVASS n. 45/2020 circa il contenuto della *policy* POG - che il livello di dettaglio di tali indirizzi/linee guida sia adeguato alla natura, alla portata e alla complessità dell'attività aziendale e proporzionato alla complessità dei prodotti realizzati dall'impresa.

Tra i principi cui si ispira la normativa vigente in materia di governo societario, assetti organizzativi e processo di gestione dei rischi, hanno un ruolo centrale la chiara distinzione dei ruoli e delle responsabilità e l'appropriato bilanciamento dei poteri.

Ai sensi dell'articolo 7, comma 2, del Regolamento IVASS n. 38/2018, l'Alta direzione definisce in dettaglio l'assetto organizzativo dell'impresa, i compiti e le responsabilità delle unità operative di base, nonché i processi decisionali in coerenza con le direttive impartite dall'organo amministrativo; in tale ambito attua l'appropriata separazione di compiti sia tra singoli soggetti che tra funzioni, in modo da assicurare un'adeguata dialettica ed evitare, per quanto possibile, l'insorgere di conflitti di interesse.

3. L'Istituto si attende che, nell'ambito del processo di approvazione del prodotto, le funzioni fondamentali di secondo livello, nel rispetto dei propri ruoli, con esclusione pertanto della funzione di revisione interna, valutino le attività svolte dalle unità operative nell'ambito del processo POG mediante una verifica completa e autonoma. Per l'approvazione dei nuovi prodotti dovrà essere costituito un apposito Comitato cui partecipano le funzioni richiamate.

3.1. L'Istituto si attende che, alle funzioni fondamentali di secondo livello sia attribuito il ruolo di valutare le attività di *test* del prodotto svolte dalle unità operative mediante una verifica completa e autonoma, che comprenda anche la valutazione della qualità e coerenza dei dati utilizzati nella fase di *test* del prodotto e di determinazione del *Value for Money* per il mercato di riferimento identificato, nonché per la valutazione della sostenibilità e redditività del prodotto lato impresa.

4. L'Istituto si attende che l'organo amministrativo riservi un'adeguata considerazione, nella definizione del *Risk Assessment Framework* aziendale e nell'ambito del sistema di gestione dei rischi, ai profili di *market conduct risk* connessi alla POG, anche mediante l'individuazione degli obiettivi di rischio dell'impresa e di eventuali soglie di tolleranza, ferma restando l'esigenza di minimizzazione del rischio di conformità.

4.1. Il rischio di condotta, nella sua valenza di rischio operativo (quantificabile), di conformità e reputazionale (non quantificabile) costituisce una tipologia di rischio coesistente all'attività assicurativa. L'Istituto si attende che tale rischio – anche alla luce del disposto di cui all'articolo 19 del Regolamento IVASS n. 38/2018 - sia integrato nel sistema di gestione dei rischi aziendale e, di conseguenza, nel *risk assessment framework* aziendale, con la conseguente definizione della propensione al rischio stesso. Come è noto, per la loro natura i rischi di conformità e reputazionali non si prestano ad essere adeguatamente presidiati da specifici *buffer* di capitale. L'Istituto si attende, pertanto, che il *risk assessment framework* indichi in dettaglio le misure, presenti nel sistema dei controlli interni aziendale, volte ad assicurare l'opportuna mitigazione di tali rischi in quanto associati al processo POG. In particolare, per quanto attiene al rischio di conformità, l'Istituto si attende che tali misure siano idonee alla minimizzazione dello stesso.

1.2. Individuazione del mercato di riferimento

5. L'Istituto si attende che la definizione del mercato di riferimento venga effettuata con un adeguato livello di granularità, sia con riferimento alle variabili previste dall'articolo 5 del Regolamento Delegato POG sia con riferimento ad altri elementi ritenuti rilevanti nella valutazione.

5.1. L'identificazione del mercato di riferimento rappresenta una fase cruciale nella definizione di prodotti aderenti alle caratteristiche, esigenze e obiettivi dei clienti cui sono rivolti (*target market* positivo) o ai quali non possono essere collocati perché non adeguati (*target market* negativo). Il maggiore livello di dettaglio nelle caratteristiche da considerare per i prodotti IBIPs è sottolineato anche dai requisiti

specifici previsti dai commi 2 e 3 dell'articolo 6 del Regolamento IVASS n. 45/2020. Prodotti che prevedono una molteplicità di opzioni di investimento (*Multi Option Products*, di seguito MOP) presentano un maggiore livello di complessità e di possibilità di scelta per il consumatore. Per tali prodotti l'individuazione di mercati di riferimento estremamente ampi aumenta i rischi di *misselling* legati sia alla comprensione del prodotto che all'aderenza con le caratteristiche, esigenze, obiettivi e profilo di rischio del potenziale cliente; inoltre, in questi casi, un *target market* di limitata granularità richiede necessariamente una maggiore attività di consulenza sia nella fase di vendita sia in quella successiva, con conseguenti possibili riflessi in termini di aumento dei costi per i clienti¹¹. La valutazione del livello di consulenza necessario per la vendita del prodotto non può infatti derivare da un non sufficiente livello di dettaglio del mercato di riferimento, ma deve essere giustificata dalle caratteristiche, esigenze e obiettivi dei potenziali clienti, tenendo conto anche del profilo di rischio, della complessità e della natura del prodotto. In particolare:

- a. con riguardo alla variabile "età", ci si attende l'individuazione di classi di età sufficientemente dettagliate e in grado di considerare le esigenze di investimento/protezione relative alle diverse fasi della vita del potenziale cliente;
- b. con riguardo alla variabile "obiettivi" del cliente, ci si attende che la differenziazione non si limiti alla sola distinzione tra obiettivi "di investimento" e "di risparmio", ma includa anche una graduazione definita in base ai risultati attesi quali, ad esempio: (i) conservazione del capitale, (ii) conservazione del capitale e crescita; (iii) crescita; ad ogni obiettivo sia associato un *range di performance* attesa in linea con il relativo profilo di rischio al fine di valutare se sia o meno coerente con quella del prodotto; (iv) protezione dal rischio biometrico. La differenziazione dovrebbe inoltre tener conto anche di altri eventuali obiettivi, quali il conseguimento di una rendita;
- c. ci si attende che le diverse variabili assoggettate al *test* di prodotto (es. capacità di sostenere le perdite, propensione al rischio, orizzonte temporale) siano valutate in relazione allo specifico prodotto (c.d. "approccio di prodotto" previsto dalla IDD per il settore assicurativo) e non solo con la logica del complessivo portafoglio investimenti del cliente (c.d. "approccio di portafoglio" di derivazione MIFID);
- d. ci si attende che il grado di granularità del mercato di riferimento tenga conto della complessità del prodotto, secondo il legame esplicitamente stabilito dall'articolo 5.1 Regolamento Delegato POG e come suggerito dal considerando 6 del medesimo Regolamento, secondo il quale per i prodotti più complessi o meno comuni il mercato di riferimento dovrebbe essere individuato in maniera più precisa tenendo conto del maggiore rischio di pregiudizio per il consumatore associato a tali prodotti.

¹¹ Ad esempio mediante aumento dei caricamenti, espliciti od impliciti, gravanti sul premio.

6. L'Istituto si attende che l'impresa individui una scala sufficientemente graduata di complessità sulla quale posizionare i prodotti IBIPs e che il posizionamento del prodotto sulla scala sia effettuato tenendo conto delle sue caratteristiche e della comprensibilità per il cliente.

- 6.1. L'Istituto si attende che l'impresa individui e formalizzi una propria nozione di complessità del prodotto IBIP, tenendo conto che detto concetto attiene ad aspetti legati non solo alla comprensibilità per il cliente, ma anche alla struttura e al funzionamento del prodotto, alle sue caratteristiche, agli attivi sottostanti, al legame tra gli attivi e il valore delle prestazioni.
- 6.2. L'Istituto si attende che la scala di complessità sia sufficientemente graduata (ad es. minima/bassa/media/alta) e non si traduca in una semplice formulazione binaria di prodotto complesso/non complesso adottata ai sensi dell'articolo 16 del Regolamento Delegato (UE) 2017/2359 per l'individuazione dei prodotti per i quali la regolamentazione IVASS prevede o meno necessaria la consulenza obbligatoria (ex articolo 68-*duodecies* del Regolamento IVASS n. 40/2018).

Nell'ambito dell'attività di vigilanza dell'Istituto, si è osservato che nel mercato italiano sono presenti numerosi prodotti MOP (che prevedono sia schemi a scelta libera da parte del cliente dell'opzione di investimento nei singoli fondi sia schemi individuati in base a percentuali/combinazioni predeterminate¹² di allocazione dell'investimento) caratterizzati da un numero estremamente ampio di opzioni, in alcuni casi di varie centinaia. Vista la numerosità, tali prodotti sono di frequente caratterizzati da un mercato di riferimento del tutto generico e ampio, e una più puntuale identificazione di tale mercato viene demandata per lo più al distributore.

7. In caso di prodotti che prevedono una molteplicità di opzioni di investimento (c.d. MOP) l'Istituto si attende che la numerosità delle opzioni sia criticamente valutata e che la definizione del mercato di riferimento sia effettuata per combinazioni predefinite di opzioni che ricalchino la segmentazione del mercato di riferimento.

- 7.1. Con riferimento a tali prodotti, anche alla luce di quanto previsto dal paragrafo 3.11 dello *Statement* EIOPA¹³, l'Istituto si attende che:
- il numero delle opzioni di investimento sia coerente con la capacità dell'impresa di assicurare un'adeguata analisi e monitoraggio delle principali combinazioni di opzioni;
 - il numero e la qualità delle opzioni di investimento proposte siano attentamente valutati alla luce del livello di conoscenza ed esperienza del

¹² Ad esempio, ipotesi di investimento secondo percentuali predefinite in fondi specifici o in gestione separata e fondi.

¹³ "A multitude of options in terms of underlying funds, levels of capital guarantees, and insurance features bring more choice for customers. This, however, increases the complexity of a product and thereby raises the level of advice required as well as the time and literacy required by the customer to make a well-informed decision. Therefore, it is important that differing options adequately reflect different needs, objectives and characteristics of customers belonging to the target market and that these aspects are also taken into account in defining a sufficiently adequate distribution strategy which aims at mitigating possible risks for customers."

mercato di riferimento cui le opzioni sono destinate. Le diverse opzioni dovrebbero differenziarsi per la loro rispondenza a esigenze, caratteristiche e obiettivi di mercati di riferimento specifici e univocamente individuati. Un numero elevato di opzioni similari, e quindi rispondenti al medesimo mercato di riferimento, potrebbe aumentare la complessità del prodotto senza apportare benefici effettivi per il cliente;

- c. il mercato di riferimento sia definito, ove appropriato, almeno con riferimento a ognuna delle combinazioni *standard* di opzioni di investimento più significative, in modo da assicurare un'adeguata granularità. In particolare, con riferimento ai MOP che prevedono una vasta gamma di opzioni sottostanti con differenti livelli di rischio, l'individuazione di predeterminati "profili di rischio" - e, dunque, di specifici mercati di riferimento associati a predefinite combinazioni di opzioni - contribuisce a ridurre sia la complessità del prodotto che il rischio di un non corretto processo di vendita a danno del cliente.

1.3 Test di prodotto e misurazione del valore del prodotto per il cliente (Value for Money)

8. L'Istituto si attende che le attività di test del prodotto condotte nell'ambito del processo POG - volte a valutare la generazione di un adeguato valore per il cliente e quindi la compatibilità dei costi e degli oneri con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento - siano svolte in maniera distinta da - ma coerente con - le analisi di sostenibilità e redditività lato impresa.

- 8.1. Nel processo di generazione e approvazione di un prodotto, sono svolte sia attività di analisi di redditività/sostenibilità per l'impresa sia attività di *test* del prodotto dal punto di vista del cliente, in conformità alla normativa POG. I due tipi di attività, tuttavia, rispondono a obiettivi diversi e potenzialmente in conflitto: la prima mira a verificare la coerenza del prodotto con i *target* di redditività, anche *risk-adjusted*, dell'impresa; la seconda si propone di valutare – tra l'altro - che l'ammontare dei costi e degli oneri sia compatibile con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento e tale da consentire un adeguato valore per il cliente.
- 8.2. L'Istituto si attende che, nell'ambito del processo di approvazione del prodotto, le attività di *test* del prodotto condotte in ambito POG siano distinte, ma svolte contestualmente e in coerenza alle analisi di sostenibilità e redditività del prodotto lato 'impresa, evitando in particolare che le prime siano svolte in via subordinata alle seconde.

9. L'Istituto si attende che l'attività di test di prodotto sia:

- a. **definita e sviluppata in maniera coerente con la granularità del mercato di riferimento e si fondi su dati realistici, quanto più possibile in linea con il portafoglio della compagnia;**

- b. definita formalmente nel dettaglio e che preveda metriche e soglie, al cui mancato raggiungimento seguano opportune azioni correttive (*escalation*, modifica o mancata approvazione del prodotto);**
- c. eseguita in maniera tracciabile.**

9.1 Con riguardo alle sopra richiamate aspettative si rappresenta che le attività di vigilanza condotte dall'Istituto in sede cartolare o ispettiva consistono in verifiche su vari aspetti delle attività di *test* del prodotto. In particolare, l'Istituto verifica che esse:

- a. siano svolte raggruppando i potenziali clienti in *cluster* sufficientemente granulari, coerentemente con le variabili identificative del mercato di riferimento valutate come rilevanti (ad esempio in termini di età, ammontare dei premi, eventuali coperture complementari selezionate, orizzonte temporale di investimento, conoscenza finanziaria, ecc.);
- b. si basino su informazioni e dati realistici, coerenti con quelli del proprio portafoglio/esperienza su prodotti simili (caratteristiche dei contraenti/assicurati, rischiosità e obiettivi delle opzioni di investimento selezionate, orizzonti di investimento scelti, frequenze di riscatto, ricorso alle coperture complementari). Il ricorso a dati di mercato dovrebbe essere limitato ai casi in cui non si disponga di un'adeguata base informativa interna e/o di gruppo;
- c. in linea con quanto previsto nell'Aspettativa n. 2, par. 2.1, seguano una metodologia chiara, descritta nella *policy* o in un documento ad essa allegato che sia reso disponibile agli attori coinvolti nel processo POG per l'attuazione e per i relativi controlli.
La metodologia individua criteri, metriche di misurazione e di definizione del giudizio in merito a ciascuna analisi e, ove rilevante, pesi da assegnare ai *driver* delle analisi. Inoltre, individua soglie, nell'ambito delle analisi, cui conseguano azioni/decisioni rilevanti per il processo, ivi inclusa la decisione di non commercializzare un prodotto caratterizzato da un valore non adeguato per il cliente. L'individuazione di soglie aiuta a concretizzare l'analisi e a definire *ex ante* le possibili azioni/decisioni, favorendo un fluido andamento del processo. Criteri, metriche, pesi e soglie individuati nella metodologia sono identificati, giustificati e testati in linea con le caratteristiche, obiettivi ed esigenze del mercato di riferimento cui il prodotto oggetto di esame è destinato;
- d. siano formalizzate nella loro esecuzione, in modo tale che sia assicurata la conservazione dei dati/informazioni utilizzati per la valutazione, nonché delle giustificazioni alla base dei giudizi espressi o delle eventuali modifiche apportate a seguito degli esiti delle analisi;
- e. nel caso in cui le attività di *test* del prodotto tengano conto anche di analisi basate sul confronto con prodotti analoghi presenti sul mercato (*peer group*), le verifiche dell'Istituto includono anche:

- il livello del contributo – che non ci si attende rilevante - di tali analisi alla formazione del giudizio complessivo;
- i criteri di formazione dei *peer group*, che ci si attende siano sufficientemente declinati;
- l'attività condotta per la valutazione dell'omogeneità e rappresentatività statistica dei *peer group*. Nel caso dei prodotti di IBIPs collegati a OICR o fondi interni¹⁴, per quanto attiene alla componente finanziaria il rispetto di tali criteri comporta l'inclusione nel *peer group* dei prodotti finanziari caratterizzati da oggetto e politiche di investimento comparabili.

10. L'Istituto si attende che nell'attività di test del prodotto rivesta un ruolo centrale l'attuazione di un *profit test* lato cliente che consideri congiuntamente i rendimenti, i costi a suo carico nello sviluppo del prodotto nel tempo nonché, ove rilevante, l'impatto dell'inflazione. Con riferimento ai MOP ci si attende che il *profit test* sia sviluppato anche considerando le combinazioni delle diverse opzioni di investimento (vedi Aspettativa n. 7).

- 10.1 L'Istituto si attende che le attività di *test* di prodotto siano incentrate sulla prospettiva del cliente e includano - con un ruolo centrale - un *profit test* lato cliente, cioè uno sviluppo di tutti i flussi generati dal prodotto lungo il suo ciclo di vita in termini di premi, prestazioni e costi per misurare, attraverso opportuni indicatori, il valore del prodotto per il cliente. Tale misurazione dovrebbe condurre a determinare la *performance* del prodotto per il cliente al netto dei costi, la prestazione prevista nel caso di evento legato al rischio biometrico e l'incidenza dei costi sui diversi orizzonti temporali significativi del prodotto. Analogamente l'Istituto si attende che, nella analisi di *profit test* lato cliente, la componente legata alla rischiosità del prodotto, qualora considerata, sia sempre valutata congiuntamente alla redditività attesa.
- 10.2 L'Istituto si attende che le valutazioni di *profit test* lato cliente siano effettuate su profili di clienti e dati coerenti con le indicazioni riportate nei precedenti punti (a) e (b) sottostanti l'Aspettativa n. 9. In particolare, per i prodotti MOP ci si attende che le analisi di *profit test* considerino anche le combinazioni di opzioni di investimento ritenute significative per la definizione del relativo mercato di riferimento. Le valutazioni inoltre dovrebbero ricomprendere più profili di cliente calibrate sulle variabili rilevanti per l'assicurato, nonché adeguate ipotesi di *stress*, anche in relazione agli scenari finanziari, per verificare l'andamento e la tenuta degli indicatori di *performance* e costi al variare delle ipotesi.

11. L'Istituto si attende che:

- a. ai sensi dell'articolo 8 del Regolamento IVASS n. 45/2020, il *profit test* lato cliente conduca ad un valore del prodotto adeguato per il cliente, cioè in linea con le caratteristiche del mercato di riferimento, le sue aspettative di**

¹⁴ Di ramo III o multiramo, per la parte non rivalutabile.

rendimento e le sue esigenze, in assenza del quale vengano adottate misure adeguate, inclusa la non commercializzazione del prodotto;

- b. gli indicatori utilizzati in sede di *profit test* lato cliente siano in linea con le finalità assegnate alla più generale attività di *test* del prodotto dall'articolo 8 del Regolamento IVASS n. 45/2020¹⁵.**

11.1 L'Istituto, in linea con la metodologia EIOPA¹⁶ si attende che, nelle valutazioni del *profit test* lato cliente, venga determinato almeno il valore dei seguenti indicatori:

- a. il tasso di rendimento atteso dall'assicurato, al netto dei costi, sia in scenari di mercato attesi che avversi, per valutare l'impatto di condizioni di mercato in situazioni di *stress* sui risultati per il cliente;
- b. il rapporto tra il valore di riscatto e l'ammontare dei premi pagati;
- c. la riduzione attesa del rendimento espresso su base annua per effetto di tutti i costi¹⁷ che gravano sul contratto a carico dell'assicurato (RIY);
- d. il rapporto tra il valore complessivo dei costi sostenuti e i premi pagati e tra il valore complessivo dei costi sostenuti e la prestazione riconosciuta all'assicurato;
- e. il rapporto tra i costi di ingresso e il valore complessivo dei costi sostenuti;
- f. il *break even point* (ovvero il momento in cui la prestazione maturata dall'assicurato è pari al valore dei premi da lui pagati);
- g. il tasso di rendimento minimo degli attivi sottostanti il prodotto necessario per raggiungere il *break even point* all'RHP¹⁸ e/o su orizzonti temporali significativi per il prodotto (si veda il successivo punto 11.2);

¹⁵ "Comma 1: [...] i produttori valutano i costi e gli oneri da applicare al prodotto assicurativo, esaminando tra l'altro i seguenti elementi: a) che l'ammontare dei costi e degli oneri sia compatibile con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento e tale da consentire un adeguato valore per il cliente; b) che la struttura dei costi e degli oneri sia adeguatamente trasparente per il mercato di riferimento, non occulti i costi e gli oneri e non risulti troppo complessa da comprendere. Comma 2: con specifico riferimento ai prodotti di investimento assicurativi i produttori valutano, inoltre: a) che i costi e gli oneri non compromettano le aspettative di rendimento del prodotto di investimento assicurativo; b) se il prodotto di investimento assicurativo possa rappresentare una minaccia per il buon funzionamento o per la stabilità dei mercati finanziari e del mercato assicurativo o per la tutela degli assicurati o per l'integrità e l'ordinato funzionamento dei mercati. 3. I produttori svolgono, ove rilevante in base alle caratteristiche del prodotto, un'analisi di scenario per valutare il rischio che il prodotto di investimento assicurativo produca risultati negativi per i clienti finali e in quali circostanze ciò può accadere. A tal fine, il prodotto di investimento assicurativo viene valutato almeno alla luce delle seguenti circostanze negative: a) un deterioramento del contesto di mercato; b) le difficoltà finanziarie del produttore o dei soggetti terzi coinvolti nella realizzazione e/o nel funzionamento del prodotto di investimento assicurativo o il verificarsi di un alto rischio di controparte; c) la non sostenibilità del prodotto di investimento assicurativo sul piano commerciale".

¹⁶ EIOPA Methodology to assess value for money in the unit-linked market del 31 ottobre 2022 (https://www.eiopa.europa.eu/document-library/methodology/methodology-assess-value-money-unit-linked-market_en?source=search).

¹⁷ Inclusi i costi iniziali, i costi ricorrenti, come ad esempio le commissioni di gestione, i costi accessori e i costi di uscita.

¹⁸ *Recommended Holding Period*, ossia l'orizzonte temporale medio raccomandato per il prodotto assicurativo.

- h. il rapporto tra la prestazione pagata nel caso si verifichi l'evento assicurato e l'ammontare dei premi pagati;
- i. il rapporto tra il premio relativo alla copertura del rischio biometrico calcolato con le ipotesi *best estimate* applicate per la determinazione delle riserve tecniche *Solvency 2* e il premio pagato dal cliente per la prestazione biometrica assicurata.
- 11.2 L'Istituto si attende che le valutazioni di cui ai punti precedenti, a eccezione di quella *sub f)*, vengano effettuate non solo all'RHP o a scadenza, ma anche su altri orizzonti temporali di investimento rilevanti sulla base delle caratteristiche del mercato di riferimento, come ad esempio l'RHP/2 nonché, per i prodotti di lunga durata, al momento del presumibile riscatto valutato sulle base delle statistiche del proprio portafoglio; ad esempio, con particolare riferimento ai prodotti di lunga durata (con RHP maggiore di 15¹⁹ anni), si rileva in misura maggiore la necessità di tener conto delle esigenze di liquidità dei clienti che possono variare nel corso del tempo. Pertanto, nelle valutazioni dovrebbe essere considerata la permanenza attesa nel contratto in base alle statistiche del proprio portafoglio.
- 11.3 L'Istituto si attende che oltre agli indicatori di cui al punto 11.1 sia misurata l'incidenza delle penali di riscatto sul valore di riscatto, in linea con quanto previsto dalla metodologia EIOPA.
- 11.4 Con particolare riferimento all'indicatore di cui al punto precedente si ritiene utile una misura dello stesso non solo in corrispondenza dell'annualità precedente all'RHP come previsto dalla metodologia EIOPA, ma anche ad RHP/2, nonché, per i prodotti di lunga durata, al momento del presumibile riscatto valutato sulle base delle statistiche del proprio portafoglio. Tale previsione, come evidenziato al punto 11.2, permette di tenere in considerazione le diverse esigenze della clientela che nel corso di un arco temporale lungo possono variare.
- 11.5 Ci si attende inoltre, in via generale, che l'RHP sia fissato in relazione alla massimizzazione delle prospettive di rendimento del prodotto per il cliente e non sulla base di altre considerazioni come, ad esempio, la cessazione di eventuali penali di riscatto; in altre parole che non sia fatto coincidere meramente con il momento in cui una eventuale uscita per riscatto non sconterebbe più l'applicazione di penali.
- 11.6 In linea con quanto previsto al punto 9.1. lettera c. sottostante l'Aspettativa n. 9, per gli indicatori di cui al punto 11.1, l'Istituto si attende che siano identificate e formalizzate soglie significative cui conseguano azioni/decisioni rilevanti per il processo, ivi inclusa la decisione di non commercializzare un prodotto caratterizzato da un valore nullo o molto scarso per il cliente. In particolare in relazione alle soglie e ai criteri di valutazione dei risultati del *profit test* lato cliente l'Istituto si attende che:

¹⁹ L'orizzonte temporale medio raccomandato degli IBIPs commercializzati in Italia è di 8,6 anni. I prodotti con RHP superiore a 10 anni rappresentano meno del 15% dei prodotti sul mercato. FONTE IVASS: Bollettino statistico Anno IX - n. 12 - dicembre 2022.

-
- a. le analisi siano tese non solo alla verifica che il recupero dei costi avvenga in un certo orizzonte temporale, ma che sia raggiunto anche un risultato positivo e in linea con il profilo di rischio del prodotto stesso;
 - b. ci sia una equilibrata ripartizione tra compagnia e clienti del rendimento generato dal prodotto (ovvero tra rendimento netto riconosciuto al cliente, da un lato, e costi e oneri del prodotto, dall'altro), tale da non compromettere le aspettative di rendimento del prodotto di investimento assicurativo, coerenti con il relativo profilo di rischio. Ad esempio, un prodotto il cui rendimento lordo atteso a RHP sia pari al 6% e quello netto riconosciuto al cliente sia del 2% non assicura, in linea di principio, il rispetto del requisito normativo. In ogni caso l'Istituto si attende che la *policy* POG contenga le indicazioni metodologiche volte a definire compiutamente le logiche attraverso cui l'impresa determina la sostenibilità (lato cliente) di un prodotto relativamente alla struttura di costo, distinguendo opportunamente tra prodotti a volatilità e prodotti a *benchmark*”;
 - c. soprattutto che per i prodotti di lunga durata e sempre tenendo conto delle attese del mercato di riferimento identificato, sia analizzato anche il rendimento in termini reali che consideri gli effetti dell'inflazione;
 - d. venga valutato se i caricamenti applicati al premio equo a copertura del rischio biometrico siano congrui rispetto alla copertura assicurativa offerta;
 - e. il recupero dei costi per il cliente avvenga entro un tempo ragionevole, e comunque tenendo conto delle caratteristiche del mercato di riferimento; pertanto il momento di *break even* dovrebbe essere valutato tenendo conto della permanenza attesa nel contratto in base alle statistiche del proprio portafoglio. Se, ad esempio, le valutazioni del *profit test* lato cliente evidenziano che il *break even* si realizza, in termini attesi, al 10° anno e i dati dell'esperienza di portafoglio, invece, indicano una permanenza media nel contratto di 6 anni, ciò implicherebbe che la maggior parte dei clienti non avrebbe recuperato nemmeno i premi pagati al momento del probabile riscatto;
 - f. le caratteristiche assicurative del prodotto siano valorizzate nelle varie componenti e siano considerate in relazione alle esigenze del mercato di riferimento: a titolo esemplificativo, il riconoscimento di un *bonus* fedeltà negli ultimi anni di un contratto avente durata molto lunga (ad esempio 15/20 anni) non avrebbe un reale valore per il cliente se i dati desunti dall'esperienza sulla permanenza media nel contratto indicano che la maggior parte dei clienti riscattano la polizza dopo 8/10 anni;
 - g. il livello dei costi di ingresso, generalmente applicati alla sottoscrizione o nei primi anni dalla stessa - con conseguente riduzione dei premi investiti e conseguente significativo impatto sulla redditività del prodotto - non sia elevato in quanto richiederebbe un lungo periodo di permanenza nel contratto per il raggiungimento di obiettivi minimi di redditività, a danno del cliente. Ci si

attende inoltre che nel *test* sia valutato l'impatto che una eventuale pratica di preconto provvisoria a favore del distributore può determinare sul cliente.

12. L'Istituto si attende che l'attività di *test* di prodotto comprenda una componente qualitativa di peso limitato, nella quale:

- a. siano considerati solo gli elementi rispondenti alle esigenze del mercato di riferimento;**
- b. non siano valorizzate le caratteristiche tecniche del prodotto già valorizzate nell'analisi quantitativa, in modo da evitare una doppia valutazione della medesima caratteristica.**

12.1. L'Istituto si attende che nell'attività di *test* di prodotto i *test* qualitativi non siano costituiti da mere *check list* atte a verificare il formale rispetto dei passaggi del processo, ma da analisi e valutazioni nelle quali il giudizio assegnato a ogni *test* così, come quello complessivo, sia adeguatamente giustificato ed espresso sulla base di criteri e procedure di attribuzione del giudizio formalizzati secondo i criteri nel precedente punto 9.1. lettera c. sottostante l'Aspettativa n. 9.

12.2. L'Istituto si attende che siano inclusi nella valutazione qualitativa solo elementi legati a caratteristiche/meccanismi del prodotto (quali, ad esempio, servizi digitali, caratteristiche di sostenibilità - *Environmental, Social and Governance*, c.d. ESG - del prodotto, facoltà di attivare *switch* volontari) e non anche elementi generali ad esse estranei quali quelli correlati, ad esempio, al livello di fiducia dei consumatori legato al *brand* o alla solvibilità dell'impresa di assicurazione emittente.

12.3. L'Istituto si attende che le caratteristiche selezionate corrispondano alle esigenze del cliente appartenente al mercato di riferimento e che, pertanto, ne venga valorizzata la presenza e il peso proprio in relazione ai differenti profili dei clienti. Ad esempio, non sarebbe in linea con le aspettative dell'Istituto considerare un mero contatore del numero degli elementi presi in considerazione, nei quali potrebbero rientrare anche aspetti non di interesse per il cliente appartenente a quel mercato come nel caso di:

- a. presenza di riscatti programmati, *switch* automatici da gestioni separate e fondi *unit* e viceversa per le multiramo, specie in relazione ad un mercato di riferimento con scarsa consapevolezza sulla flessibilità legata a questo tipo di opzioni;
- b. facoltà di attivare *switch* volontari che può avere un valore aggiunto per il *target* di clienti con livello di conoscenza ed esperienza degli investimenti finanziari medio-alta, ma potrebbe non rappresentare un analogo valore per *target* di clienti con basse conoscenze ed esperienze finanziarie, probabilmente meno propensi ad attivarla;
- c. presenza di servizi di digitalizzazione o caratteristiche ESG del prodotto in relazione a un mercato di riferimento non interessato.

- 12.4. Nella valutazione qualitativa può essere incluso il livello di servizio di consulenza effettuato dal distributore. In questo caso l'Istituto verificherà che, nell'esercizio di *product testing*:
- tale componente di costo sia puntualmente individuata e quantificata;
 - siano definiti *ex ante* nella *policy* i criteri sulla base dei quali sarà fondato il giudizio sulla congruità del valore assegnato a tale componente qualitativa;
 - con riferimento a ciascun prodotto, il valore attribuito a tale componente sia adeguatamente documentato e motivato.

13. L'Istituto si attende che:

- l'attività di *test* di prodotto si concluda con un giudizio finale determinato da un sistema di valutazione che integri opportunamente i risultati delle diverse analisi effettuate;**
- nel giudizio finale abbiano un peso preminente le analisi di tipo quantitativo, anche con l'applicazione di soglie bloccanti sulle variabili più significative.**

- 13.1. L'Istituto si attende che le varie analisi condotte siano integrate in maniera coerente in un unico sistema di valutazione che dia luogo a un risultato finale volto a esprimere il giudizio sul valore del prodotto per il cliente. La presenza di più tipologie di analisi/*driver* che focalizzino aspetti diversi del prodotto o diverse necessità del cliente trova in questo modo la necessaria sintesi finale sull'effettiva rispondenza del prodotto, nella sua unicità, ai bisogni, caratteristiche e obiettivi del mercato di riferimento. A tal fine devono essere definite e formalizzate le diverse fasi del processo che conducono alla determinazione del giudizio finale sul prodotto (modalità di aggregazione dei risultati delle diverse analisi/*driver*, pesi attribuiti, eventuale rilevanza prioritaria/bloccante di alcune analisi, possibilità di deroga ed *escalation process*).

1.4 Monitoraggio, revisione e riesame dei prodotti assicurativi

- 14. L'Istituto si attende che le attività di monitoraggio e revisione del prodotto siano attuate con una metodologia coerente con quella utilizzata in fase di *test* di prodotto al fine di verificare che il prodotto risponda ancora alle caratteristiche, bisogni e obiettivi del mercato di riferimento per cui è stato ideato, tenendo conto dell'esperienza maturata sul prodotto rispetto alle valutazioni ante commercializzazione.**

-
- 14.1. L'Istituto si attende che l'attività di monitoraggio e revisione dei prodotti IBIPs effettuata ai sensi dell'articolo 9 del Regolamento IVASS n. 45/2020:
- a. sia attuata almeno una volta l'anno e, ove appropriato, all'occorrere di un evento rilevante per il prodotto o per il mercato di riferimento, così come definito nella *policy* del processo POG;
 - b. sia attuata secondo una metodologia coerente con quella utilizzata nella fase di *test* di prodotto, con lo scopo di verificare se i medesimi *test* attuati in fase di lancio seguitino a indicare che il prodotto, continui a rispondere alle esigenze e agli obiettivi del mercato di riferimento per il quale è stato ideato, nonché a generare un adeguato valore per il cliente. La verifica dovrà essere effettuata anche per i prodotti non più in commercializzazione almeno per un periodo corrispondente all'RHP del prodotto. In particolare, ci si attende che, nel caso di prodotti MOP, sia testata, per ogni opzione di investimento, la *performance* degli attivi sottostanti, i costi, l'indicatore di rischio e dell'RHP;
 - c. sia condotta in base alla granularità del mercato di riferimento identificato e, per i prodotti MOP, anche sulla base delle diverse combinazioni di opzioni di investimento;
 - d. sia basata su dati realistici e coerenti con le caratteristiche effettive del proprio portafoglio considerando anche, ove non già previsto nella fase di *test* di prodotto, informazioni e dati circa grandezze pertinenti alla vita del contratto, tra cui riscatti effettivi nei diversi anni di antidurata, recessi, mancati perfezionamenti, tasso di decadenza dei premi ricorrenti, versamenti di premi aggiuntivi, opzioni di investimento selezionate, reclami, oltre naturalmente alle segnalazioni pervenute dai distributori. Anche per tali grandezze, l'Istituto si attende che siano individuati e formalizzati criteri e metriche, nonché soglie al cui raggiungimento conseguano azioni/decisioni rilevanti per il processo, ivi inclusa la decisione di modificare le caratteristiche del prodotto, di sospenderne o cessarne la commercializzazione nei confronti di tutto o parte del mercato di riferimento.
 - e. sia effettuata per tutti i prodotti per i quali ricorra una modifica significativa, indipendentemente dalla data di avvio della commercializzazione; a tal fine l'impresa individua una definizione di "modifica significativa" che tenga conto delle caratteristiche sia del prodotto sia del relativo mercato di riferimento.
- 14.2. Nel caso in cui all'esito delle attività di monitoraggio del prodotto siano adottate azioni significative, tra cui ad esempio la cessazione della commercializzazione, l'Istituto si attende che l'impresa valuti l'adozione di misure volte alla protezione degli assicurati che abbiano già sottoscritto il prodotto e subito un pregiudizio.

15. L'Istituto si attende che sui prodotti IBIPs commercializzati prima del 1° ottobre 2018, qualora non sottoposti a modifica significativa, nonché sui prodotti non più commercializzati da un numero di anni superiore al relativo RHP dovrà comunque essere assicurato un adeguato riesame secondo criteri di proporzionalità. Ciò al fine di verificare che il prodotto continui a rispondere alle esigenze dei clienti.

- 15.1. L'Istituto si attende che con riferimento ai prodotti IBIPs commercializzati prima del 1° ottobre 2018, qualora non sia intervenuta una modifica significativa successivamente a tale data, sia effettuato un adeguato riesame secondo criteri di proporzionalità. Ciò al fine di assicurare che il prodotto continui a rispondere alle esigenze e agli obiettivi del mercato di riferimento per il quale è stato ideato, nonché a generare un adeguato valore per il cliente.
- 15.2. Il riesame di cui al punto precedente sia effettuato anche con riferimento ai prodotti non più commercializzati da un numero di anni superiore al relativo RHP. |