



POG

Product Oversight Governance
(Meccanismi di distribuzione)

INDICE

1	PREMESSA.....	3
2	AMBITO DI APPLICAZIONE.....	3
3	NORMATIVA DI RIFERIMENTO.....	3
4	IL PROCESSO POG	4
4.1	Definizione degli accordi di distribuzione	4
4.2	Acquisizione delle informazioni dal Produttore	4
4.3	Analisi del prodotto e definizione del Mercato di riferimento Effettivo.....	5
4.4	Predisposizione del File POG.....	6
4.5	Alimentazione del Registro Prodotti.....	6
4.6	Attività di distribuzione.....	7
4.7	Monitoraggio del prodotto	8
4.8	Registrazione e Archiviazione delle Informazioni.....	9
4.9	Controlli sull'applicazione della presente Politica	9

ALLEGATI:

Allegato 1 - “Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento”

Allegato 2 - “Modulo POG delle vendite di periodo”

Allegato 3 - “Report complessivo sulla distribuzione”



1 PREMESSA

La Direttiva (UE) 2016/97 sulla distribuzione assicurativa (c.d. **Direttiva IDD**) ed i relativi provvedimenti di attuazione (cfr. paragrafo 3 “Normativa di riferimento”) hanno introdotto nell’ordinamento italiano obblighi specifici in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (c.d. POG - *Product Oversight & Governance*), sia con riferimento alle imprese di assicurazione (in qualità di “Produttori”) che in capo agli intermediari (in qualità di “Distributori”).

Nel presente documento sono descritti in sintesi i meccanismi di distribuzione ed i presidi adottati da ROTAS SRL, sulla base delle proprie caratteristiche, dimensioni e operatività (c.d. principio di proporzionalità), per adempiere agli obblighi in materia di POG.

Il presente documento è soggetto a revisione periodica al fine di garantire il costante allineamento con l’operatività e l’evoluzione normativa.

Una copia del presente documento è messa a disposizione di tutti i dipendenti e i collaboratori coinvolti nell’attività di distribuzione ed archiviata [archiviazione interna nella cartella INTERSCAMBIO con denominazione POLITICA POG ROTAS].

2 AMBITO DI APPLICAZIONE

I principi contenuti nel presente documento si applicano a tutti i prodotti assicurativi, ivi inclusi quelli di investimento, con esclusione:

- dei prodotti “su misura”: le attività di mera personalizzazione e adeguamento di prodotti assicurativi esistenti condotte 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;
- dei grandi rischi: cioè i prodotti inerenti ai rischi definiti dall’Art. 1, lett. r) del Codice delle Assicurazioni Private D.Lgs. 7 settembre 2005, n. 209.

Come meglio precisato nel seguito, le disposizioni contenute nel presente documento si applicano a tutti gli addetti all’attività di distribuzione come definiti all’art. 2 del Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018, ivi inclusi, i dipendenti e i collaboratori della ROTAS SRL.

Rientrano nel perimetro della normativa anche i prodotti commercializzati da imprese di assicurazione con sede legale in uno Stato membro operanti in regime di stabilimento o di libera prestazione di servizi nel territorio della Repubblica italiana. Pertanto, i presidi indicati nella presente politica si applicano anche a tali prodotti, al fine di garantire la conformità dei processi distributivi alla normativa di riferimento.

3 NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- **Direttiva IDD**, come modificata dalla Direttiva (UE) n. 2018/411 del 14 marzo 2018, e come recepita nel nostro ordinamento dal **D.Lgs. n° 68 del 21 maggio 2018** che ha aggiornato il **Codice delle Assicurazioni Private (CAP)**;



- **Regolamento (UE) n. 2017/2358**, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale U.E. del 20 dicembre 2017, che integra i contenuti della Direttiva con riferimento agli obblighi a carico dei Produttori e dei Distributori in materia di **Product Oversight and Governance** ed è direttamente applicabili negli Stati membri¹;
- **Regolamento IVASS n. 45 del 4 agosto 2020**, recante disposizioni in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi;
- **Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018**, recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa e riassicurativa;
- **Approccio EIOPA** sulla Product Oversight and Governance dell'8 ottobre 2020.

4 IL PROCESSO POG

Nei successivi paragrafi sono descritti gli elementi principali del processo POG definito da ROTAS SRL. ROTAS SRL ha individuato come Responsabile POG la Dott.ssa Manuela Giammarino.

4.1 Definizione degli accordi di distribuzione

L'attività di distribuzione avviene sulla base degli accordi sottoscritti con i Produttori e, in caso di collaborazione orizzontale, degli accordi sottoscritti con altri intermediari, anche a titolo accessorio.

Tali accordi, che possono essere redatti sulla base di standard contrattuali della Società o delle imprese di assicurazione, devono includere espresso riferimento agli obblighi in materia di POG e disciplinare, in particolare, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni tra le parti.

4.2 Acquisizione delle informazioni dal Produttore

La normativa in materia POG richiede ai Distributori di conoscere i prodotti distribuiti e di valutarne la compatibilità con le esigenze e le richieste del cliente.

A tal fine, per tutti i prodotti soggetti ad obblighi POG, il Responsabile POG, acquisisce dal Produttore, anche per il tramite di altri Distributori (es. Agenzie, Broker collocatore), tutte le informazioni necessarie per comprendere pienamente il Mercato di riferimento per cui il prodotto è stato realizzato, le caratteristiche tecniche / commerciali dello stesso e le categorie di clienti a cui non può essere distribuito.

In particolare, devono essere acquisite in via propedeutica all'avvio della distribuzione del prodotto, le seguenti classi di informazioni:

¹ Gli artt. 30 *decies* e 121 *bis*, ter e quater del CAP riprendono in maniera pressoché integrale il contenuto di tale Regolamento.



- **Descrizione del Prodotto:** Il Produttore deve fornire una descrizione esaustiva degli elementi essenziali del prodotto che consentano di comprenderne le caratteristiche e i rischi dello stesso, e di valutarne la compatibilità con le esigenze e le richieste del cliente;
- **Struttura dei Costi:** Il Produttore deve descrivere chiaramente tutti gli elementi di costo a carico del cliente inclusi eventuali costi impliciti;
- **Cause di possibili conflitti di interesse:** Il Produttore deve descrivere tutte le situazioni, dallo stesso individuate, che possano causare conflitti d'interesse a discapito del cliente;
- **Strategia di distribuzione suggerita:** Il Produttore deve fornire informazioni in merito alla/e strategia/e di distribuzione suggerita/e per il prodotto;
- **Mercato di riferimento (o Target Market):** Il Produttore deve fornire informazioni in merito alle categorie di cliente ai quali il prodotto può essere distribuito (Mercato di riferimento Positivo)² e non può essere distribuito (Mercato di riferimento Negativo). Le informazioni necessarie a delineare il Mercato di riferimento si differenziano in base alla tipologia di prodotto.

Qualora le informazioni fornite non risultino sufficienti a comprendere le caratteristiche del prodotto o del Mercato di riferimento (Positivo e Negativo), è necessario richiedere ulteriori informazioni al Produttore.

Qualora non sia possibile acquisire informazioni su un prodotto sufficienti ad adempiere correttamente agli obblighi di legge in materia di POG, il prodotto non può essere distribuito.

4.3 Analisi del prodotto e definizione del Mercato di riferimento Effettivo

Le attività di distribuzione devono essere coerenti con le caratteristiche del prodotto e orientate al Mercato di riferimento per cui è stato disegnato, anche nell'ottica di evitare o attenuare ogni pregiudizio per il cliente e di gestire adeguatamente i conflitti di interesse.

A tal fine, il Distributore deve analizzare le informazioni sul prodotto e sul mercato fornite dal Produttore e definire un Mercato di riferimento Effettivo a cui distribuire o non distribuire il prodotto. Resta inteso che il Mercato di riferimento Effettivo può coincidere con il Mercato di riferimento individuato dal Produttore ovvero può rappresentare una sua specificazione e una sua estensione nel caso del Mercato di riferimento Negativo.

In tale ottica, in via propedeutica all'avvio della distribuzione, l'addetto all'attività di distribuzione:

- esamina le informazioni acquisite;
- analizza, nel dettaglio, le eventuali cause di conflitto di interesse individuate e segnalate dal Produttore, verificando l'esistenza di ulteriori cause riconducibili alla ROTAS SRL.

² Le informazioni in merito al Mercato di riferimento si riferiscono a Tipologia di cliente, Aspettative della clientela tipo rispetto al prodotto (esigenze e obiettivi, conoscenza e esperienza, propensione e tolleranza al rischio).

- Valuta, sulla base della propria esperienza e della conoscenza maturata attraverso il contatto diretto con la clientela, se il Mercato di riferimento indicato dal Produttore è coerente con le esigenze e le richieste della stessa (Mercato di riferimento Positivo Effettivo);
- Valuta se esistono eventuali ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito in aggiunta a quelle indicate dal Produttore (Mercato di riferimento Negativo Effettivo);
- Definisce la strategia distributiva del prodotto in coerenza con il Mercato di riferimento Effettivo con la strategia individuata dal Produttore.

Prima dell'avvio dell'attività distributiva, il Responsabile POG provvede a comunicare al Produttore, con le modalità concordate con lo stesso, il Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo) risultante dall'analisi svolta, fornendo eventuali indicazioni nel caso si discosti dal Mercato di riferimento individuato dal Produttore.

Nel caso in cui, con riferimento al prodotto, siano in essere rapporti di collaborazione orizzontale la comunicazione al Produttore include le indicazioni sul Mercato di riferimento Effettivo ricevute dagli intermediari proponenti (cfr. paragrafo 4.6).

Le analisi svolte in relazione al prodotto, al Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo) e alla strategia distributiva adottata sono documentate con le modalità indicate nel paragrafo successivo.

4.4 Predisposizione del File POG

Le informazioni da parte del Produttore possono essere acquisite tramite la compilazione del form standard per la raccolta delle “**Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento**” allegato al presente documento (Allegato 1) e/o tramite altre modalità definite dal Produttore.

Tutte le informazioni e la documentazione acquisita dal Produttore e le decisioni assunte in merito alla strategia distributiva e ai conflitti di interessi sono raccolte dal Responsabile POG e archiviate in un unico fascicolo e/o repository logico (c.d. **File POG del Prodotto**) accessibile a tutti gli addetti alla attività di distribuzione come specificato nel seguito.

4.5 Alimentazione del Registro Prodotti

Una volta conclusa l'analisi delle informazioni fornite dal Produttore e comunicato allo stesso il Mercato di riferimento Effettivo del prodotto (Positivo e Negativo), il Responsabile POG alimenta il **Registro dei Prodotti**.

L'iscrizione di un prodotto nel **Registro** attesta che le informazioni ricevute sono sufficienti/adequate a procedere all'attività di distribuzione del prodotto.

Il Registro dei Prodotti contiene una sintesi di tutte le principali informazioni inerenti il prodotto quali: il Codice Prodotto; Nome del prodotto; Ramo ministeriale; Nome della Impresa di Assicurazione (Produttore); Data di avvio della distribuzione; Data fine distribuzione; informazioni se



il prodotto si configuri come “su misura” o come prodotto grandi rischi; indicazioni circa la completezza della documentazione ricevuta.

Il Registro dei Prodotti ed i File POG prodotto sono aggiornati tempo per tempo e sottoposti ad un controllo annuale volto a verificarne la completezza e la corretta archiviazione.

4.6 Attività di distribuzione

Le informazioni contenute nel File POG e nel Registro dei Prodotti sono tenute in debita considerazione durante le attività di distribuzione e a tal fine rese disponibili e, ove opportuno, inviate ad eventuali dipendenti e collaboratori.

Gli addetti alla distribuzione devono essere adeguatamente informati sulle caratteristiche del prodotto, sulla struttura dei costi che grava sul cliente, sui possibili conflitti di interesse, sul Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo) nonché sulla strategia distributiva definita.

Chiunque si appresti a distribuire un prodotto assicurativo si deve accertare che il prodotto sia stato analizzato ai fini POG e che lo stesso sia già censito nel Registro dei Prodotti.

In sede di distribuzione, l’addetto all’attività di distribuzione provvede a:

- acquisire dal cliente le informazioni utili a valutare le richieste ed esigenze del contraente e/o dell’assicurato in conformità alle disposizioni del Codice delle Assicurazioni Private e dei Regolamenti IVASS sulla distribuzione assicurativa sia in riferimento alla POG che agli altri obblighi di trasparenza;
- fornire al cliente, in forma chiara e comprensibile, informazioni oggettive sul prodotto illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti della copertura ed ogni altro elemento utile a consentire di prendere una decisione informata;
- gestire eventuali conflitti di interesse che possano causare pregiudizio al cliente;
- rispettare la strategia di distribuzione definita.

Gli addetti alla distribuzione, in ogni caso:

- non distribuiscono prodotti assicurativi ai clienti che appartengono al Mercato di riferimento Negativo individuato dal Produttore ovvero, ove più ampio, al Mercato di riferimento Negativo Effettivo individuato dall’intermediario;
- possono distribuire prodotti assicurativi a clienti che non rientrano nel Mercato di riferimento individuato dal Produttore, purché i clienti non appartengano al Mercato di riferimento Negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, siano adeguati³.

³ I prodotti d’investimento assicurativi non complessi di cui all’articolo 16 del Regolamento (UE) 2017/2359 possono essere distribuiti a clienti che non rientrano nel Mercato di riferimento individuato dal Produttore, purché i clienti non

Qualora in seguito alle analisi svolte in merito alle richieste ed esigenze del contraente, gli addetti alla distribuzione ritengano di offrire un prodotto assicurativo ad un Cliente che non rientra nel Mercato di riferimento individuato dal Produttore, informano tempestivamente il Responsabile POG tramite mail a segreteria@rotasbroker.com

Il Responsabile POG analizza le informazioni ricevute e valuta la necessità di formulare eventuali segnalazioni al Produttore (cfr. successivo paragrafo 4.7 Monitoraggio del Prodotto).

Distribuzione tramite accordi di collaborazione orizzontale e intermediari accessori.

La presente Politica aziendale, le informazioni contenute nel File POG del Prodotto e nel Registro dei Prodotti sono rese disponibili a tutti gli addetti all'attività di distribuzione con cui ROTAS SRL ha in essere eventuali accordi di collaborazione e che entrano in contatto con la clientela finale (i.e. intermediari proponenti).

In particolare, le informazioni messe a disposizione degli intermediari proponenti includono espressamente le informazioni ricevute dal Produttore e la definizione del Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo).

Prima della distribuzione, gli intermediari proponenti sono tenuti ad analizzare le Informazioni sul prodotto e sul Mercato di riferimento contenute nell'Allegato 1 e a fornire eventuali indicazioni circa il Mercato di riferimento Effettivo (Positivo e Negativo).

Nel caso in cui per la distribuzione di uno o più prodotti assicurativi, ci si avvalga dei c.d. Intermediari a titolo accessorio (di cui all'art. 107, comma 4°, del Codice delle Assicurazioni Private) sono fornite all'intermediario istruzioni operative specifiche:

- per stabilire le modalità di accertamento dell'appartenenza dell'assicurato al mercato di riferimento individuato;
- per garantire flussi informativi strutturati che consentano di monitorare nel tempo che il prodotto risponda agli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del Mercato di riferimento nonché alle altre circostanze che aggravino il rischio di pregiudizio per il cliente.

4.7 Monitoraggio del prodotto

ROTAS SRL collabora attivamente con le imprese di assicurazione per consentire un efficace monitoraggio dei prodotti assicurativi garantendo adeguati flussi informativi in merito ai prodotti assicurativi e alla loro coerenza rispetto alle esigenze, caratteristiche e obiettivi del mercato di riferimento.

A tal fine, *quadrimestralmente (30/06 – 31/12)* ciascun addetto alla distribuzione predispose una informativa contenente le seguenti principali informazioni, per ogni prodotto effettivamente distribuito nel periodo:

appartengano al Mercato di riferimento Negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e siano adeguati o appropriati.



- Nome/Identificativo del Prodotto;
- Compagnia di riferimento;
- Periodo di riferimento;
- Produzione consuntiva del periodo fuori Mercato di riferimento (premi lordi, n. contratti);
- Risultanze dell'attività distributiva (percentuale di offerte concluse positivamente);
- Altre informazioni di carattere qualitativo in merito al Prodotto (reclami ricevuti, eventuali feedback dai clienti o criticità rilevate in fase di distribuzione).

Le informazioni sono registrate utilizzando il cd. **Modulo POG delle vendite del periodo** allegato al presente documento (Allegato 2) ed inviate al Responsabile POG.

Le informazioni contenute nei **Modulo POG delle vendite del periodo** sono aggregate, dal Responsabile POG nel "**Report complessivo sulla distribuzione**" (Allegato 3), ed inoltrate dal legale rappresentante, Dott.ssa Manuela Giammarino al Produttore di riferimento, anche per il tramite dei Distributori (es. Agenzie, Broker collocatore) secondo le modalità concordate con gli stessi, con periodicità semestrale.

Nel caso dalle attività di distribuzione emerga che un prodotto non risponda più agli interessi, agli obiettivi e alle caratteristiche del Mercato di riferimento, oppure emergano circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio ai danni del cliente, il Responsabile della Distribuzione Assicurativa ovvero soggetto da lui delegato informa il Produttore.

4.8 Registrazione e Archiviazione delle Informazioni

Tutte le informazioni e la documentazione acquisiti e prodotti nell'ambito del processo POG descritto nella presente Politica, devono essere accuratamente censiti e documentati negli appositi Registri e archiviati nei repository aziendali.

4.9 Controlli sull'applicazione della presente Politica

il Responsabile POG verifica l'espletamento delle attività di distribuzione sulla base del presente documento dandone evidenza nel "**Report sulla distribuzione**" (Allegato 3).

Milano, 31/03/2021

ROTAS SRL
Manuela Giammarino

L'intermediario proponente/Il collaboratore per presa visione e ricevuta

