

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
4	08.01.2025	Revisione annuale
3	08.01.2024	Inserimento Policy Whistleblowing. Aggiornamento annuale
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 _____

Sommario

- 1 Scopo
- 2 Campo di applicazione
- 3 Riferimenti normativi
- 4 Terminologia
- 5 Processo di approvazione del prodotto
- 6 Meccanismi di distribuzione
- 7 Documenti di registrazione
- 8 Riservatezza

1. Scopo

Documentare le azioni pertinenti adottate dall'intermediario assicurativo in relazione:

- alle attività previste in caso di assunzione del ruolo come produttore di fatto;
- alle attività in materia di flussi informativi con i produttori e con la rete distributiva;
- ai meccanismi di distribuzione del prodotto assicurativo impostati.

Il presente documento è opportunamente conservato e reso disponibile alle autorità competenti su richiesta.

In coerenza con l'art. 10 comma 5 del Regolamento UE 2017/2358 e all'art. 15 comma 3 del Reg. IVASS 45/20, la definizione, attuazione, revisione ed approvazione del presente documento, costituente principalmente i meccanismi di distribuzione dell'intermediario assicurativo, è di competenza dei Responsabili dell'attività di intermediazione assicurativa.

2. Campo di applicazione

La presente policy è applicabile a tutti i nuovi prodotti assicurativi e ai prodotti assicurativi esistenti sottoposti a significativi adeguamenti. Principalmente rivolto ai prodotti finanziari IBIP ma esteso anche ai prodotti assicurativi ramo danno e vita secondo principio di proporzionalità.

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. Le seguenti disposizioni non si applicano neanche ai prodotti assicurativi che consistono nell'assicurazione dei *grandi rischi*.

3. Riferimenti normativi

Direttiva 2016/97/UE art. 25
sulla distribuzione assicurativa.

D. Lgs. 209/05 Capo III-bis
Requisiti di Governo e controllo del prodotto applicabili ai distributori di prodotti assicurativi.

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, modificato dal Provv. 131/23
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. Terminologia

Produttore: Soggetto che realizza prodotti assicurativi. Generalmente, è identificato con l'impresa di assicurazione.

Distributore: l'intermediario assicurativo e la relativa rete distributiva.

Intermediario assicurativo: soggetto iscritto al Rui in sez. A o in sez. B.

Produttori di fatto: l'intermediario assicurativo che, da un'analisi globale dell'attività dell'intermediario, decide autonomamente sulle 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, che non sono sostanzialmente modificati dall'impresa di assicurazione che fornisce la copertura per il prodotto assicurativo. 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 determinano il ruolo di produttore di fatto, 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.

Referente POG: la persona incaricata dall'Organo amministrativo di:

- verificare in continuo l'eventuale Accordo come produttore di fatto;
- confermare le scelte in materia distribuzione su mercato di riferimento effettivo;
- gestire correttamente i flussi informativi con il produttore e con la rete distributiva.

Mercato di riferimento: descrizione di un gruppo di clienti che condividono caratteristiche comuni a un livello astratto e generalizzato e serve al produttore per adeguare le caratteristiche del prodotto alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi di quel gruppo di clienti.

Tale valutazione è distinta dall'analisi delle esigenze e delle richieste del contraente e dalla valutazione di coerenza per i prodotti non IBIP e dalla valutazione adeguatezza per i prodotti IBIP.

Per i prodotti più semplici e comuni, il mercato di riferimento è individuato in modo meno dettagliato, mentre per i prodotti più complessi o meno comuni il mercato di riferimento è individuato in maniera più precisa tenendo conto del maggiore rischio di pregiudizio per il consumatore associato a tali prodotti.

Gruppi specifici di clienti per i quali il prodotto assicurativo non è generalmente adeguato costituiscono il *mercato di riferimento negativo*.

5. Processo di approvazione del prodotto

L'attività consiste nel progettare prodotti assicurativi e immetterli nel mercato, fondendo tutte le informazioni necessarie alla corretta distribuzione da parte del distributore e al corretto utilizzo da parte del cliente.

È svolta dal produttore (quindi interessa marginalmente l'intermediario assicurativo), ma sono descritte le attività da svolgere in caso di assunzione da parte dell'intermediario assicurativo del ruolo di *produttore di fatto* e per spiegare il suo coinvolgimento nel monitoraggio e revisione del prodotto.

5.1 Accordo tra produttori

Quando un prodotto assicurativo viene progettato e sviluppato da un intermediario assicurativo e da un'impresa di assicurazione che agiscono in collaborazione e che possiedono entrambi un ruolo decisionale nella progettazione e nello sviluppo di quel prodotto, l'intermediario assicurativo e l'impresa di assicurazione specificano in un *accordo scritto* la loro collaborazione nel rispettare i requisiti previsti per detti soggetti di cui all'articolo 25, paragrafo 1, della direttiva (UE) 2016/97, le procedure tramite cui gli stessi concordano l'individuazione del mercato di riferimento e i loro ruoli rispettivi nel processo di approvazione del prodotto, in modo che le autorità competenti possano vigilare sull'osservanza dei requisiti giuridici vigenti.

Qualora l'Accordo scritto preveda di incaricare un terzo di progettare i prodotti per conto loro, i produttori restano pienamente responsabili della conformità rispetto al processo di approvazione del prodotto.

Tale documento è approvato dall'Organo Amministrativo dell'intermediario assicurativo e verificata di continuo la validità e la conformità interna rispetto a tale processo da parte del Referente POG, in collaborazione con la Funzione Compliance/Revisione Interna, modificando il processo di approvazione del prodotto laddove risulti necessario.

5.2 Il requisito progettuale

La progettazione dei prodotti assicurativi deve soddisfare i criteri seguenti:

- a) tenere conto degli obiettivi, degli interessi e delle caratteristiche dei clienti;
- b) non arrecare danno ai clienti;
- c) impedire o attenuare il *pregiudizio* per il cliente;

supportando una gestione corretta dei *conflitti di interesse*, anche per quanto riguarda i sistemi di remunerazione e incentivazione.

In base ai requisiti previsti dalla direttiva (UE) 2016/97, 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 sarebbero opportune misure più rigorose nel caso di prodotti più *complessi* con elevato rischio di pregiudizio per il consumatore, compresi i prodotti di investimento assicurativi non disciplinati dall'articolo 30, paragrafo 3, della direttiva (UE) 2016/97.

5.3 Progettazione mercato di riferimento

È compito del produttore identificare per ciascun prodotto assicurativo il *mercato di riferimento* e il gruppo di clienti compatibili. Il mercato di riferimento è individuato a un livello sufficientemente dettagliato tenendo conto delle caratteristiche, del profilo di rischio, della complessità e della natura del prodotto assicurativo.

È altresì necessario che il produttore identifichi il *mercato di riferimento negativo*, costituito dal gruppo di clienti le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi non sono compatibili generalmente con il prodotto assicurativo.

I soggetti che realizzano prodotti assicurativi garantiscono che il personale coinvolto nella progettazione e nella realizzazione di prodotti assicurativi abbia le *competenze*, la *conoscenza* e l'*esperienza* necessarie per comprendere correttamente i prodotti assicurativi venduti, nonché gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche dei clienti che appartengono al mercato di riferimento.

5.4 Test del prodotto

Prima di immettere sul mercato i prodotti assicurativi o adattarli in maniera significativa, o anche nel caso in cui il mercato di riferimento sia notevolmente cambiato, i produttori li testano in modo appropriato, valutando *i costi e gli oneri* da applicare al prodotto assicurativo e svolgendo anche le *analisi degli scenari*.

Tale test del prodotto valuta se il prodotto assicurativo soddisfa le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche individuati per il mercato di riferimento nell'arco della sua durata di vita.

I test sono svolti in termini qualitativi e, a seconda del tipo, della natura del prodotto assicurativo e dei relativi rischi di pregiudizio per i clienti, in termini quantitativi.

Il prodotto assicurativo non viene immesso sul mercato se i risultati del test mostrano che essi non soddisfano le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche identificati per il mercato di riferimento.

5.5 Progettazione canali di distribuzione

5.5.1 Scelta del canale di distribuzione

Il produttore seleziona attentamente canali di distribuzione adeguati al mercato di riferimento, tenendo conto delle caratteristiche particolari dei prodotti assicurativi pertinenti.

I canali di distribuzione devono essere in possesso della conoscenza, dell'esperienza e della competenza necessarie per comprendere le caratteristiche di un prodotto assicurativo e il mercato di riferimento individuato.

5.5.2 Messa a disposizione delle informazioni sul prodotto

Attraverso:

- schede di prodotto POG, circolari e documenti informativi disponibili nella intranet aziendale;
- corsi di formazione/informazione sui prodotti assicurativi;

i produttori forniscono ai distributori tutte le informazioni adeguate sui prodotti assicurativi, sul mercato di riferimento individuato e sulla strategia di distribuzione suggerita, compresi i dati sugli elementi e sulle caratteristiche principali dei prodotti assicurativi, sui rischi e i costi, inclusi i costi impliciti, nonché qualunque circostanza che possa causare un *conflitto di interesse* a discapito del cliente.

Le informazioni devono essere chiare, complete e aggiornate.

Tali informazioni consentono ai distributori di:

- a) comprendere i prodotti assicurativi;
- b) capire il mercato di riferimento individuato per i produttori assicurativi;
- c) individuare qualunque cliente le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi non siano compatibili con il prodotto assicurativo;
- d) svolgere attività di distribuzione per i prodotti assicurativi in questione servendo al meglio gli interessi dei loro clienti.

5.5.3 Monitoraggio e controllo canali di distribuzione

È compito e dovere del produttore adottare misure appropriate per *monitorare*, in modo ragionevole, che i distributori di prodotti assicurativi agiscano in conformità agli obiettivi del processo di approvazione del prodotto di detti soggetti, prendendo adeguate *misure correttive* laddove si accerti il mancato rispetto.

È altresì necessario che i produttori verifichino su base regolare se i prodotti assicurativi siano distribuiti nei mercati di riferimento individuati (escluso ovviamente la distribuzione per clienti individuali).

5.6 Monitoraggio e revisione del prodotto

I produttori *monitorano di continuo* e rivedono regolarmente i prodotti assicurativi che hanno immesso sul mercato per identificare gli eventi che potrebbero influenzare sostanzialmente le caratteristiche principali, la copertura del rischio o le garanzie di tali prodotti. Gli stessi valutano se i prodotti assicurativi continuano a essere coerenti con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato e se tali prodotti sono distribuiti nel mercato di riferimento o se invece arrivano a clienti che si trovano all'esterno di tale mercato.

I produttori determinano gli intervalli adeguati alla *revisione* regolare dei loro prodotti assicurativi, tenendo conto della dimensione, della portata, della durata contrattuale e della complessità di tali prodotti, nonché dei loro rispettivi canali di distribuzione e di qualunque fattore esterno rilevante come, per esempio, i cambiamenti alle norme giuridiche applicabili, gli sviluppi tecnologici o i cambiamenti della situazione di mercato.

I produttori che individuano, nel corso della durata di vita di un prodotto assicurativo, eventuali circostanze correlate a tale prodotto suscettibili di arrecare pregiudizio al cliente detentore di tale prodotto adottano *misure appropriate* per attenuare la situazione ed evitare l'ulteriore ripetersi di eventi negativi. Detti soggetti informano immediatamente i distributori di prodotti assicurativi e i clienti interessati riguardo *all'azione correttiva intrapresa*.

5.7 Il fascicolo tecnico e la documentazione tecnica di prodotto

È responsabilità del produttore documentare le attività svolte in materia di processo di approvazione del prodotto in un *fascicolo tecnico*, da realizzarsi prima dell'immissione del prodotto assicurativo nel mercato, comprensivo dell'Accordo produttore di cui al punto 5.1 ove applicabile.

È responsabilità del produttore mettere a disposizione i documenti di cui al punto 5.5.2 del presente documento e del distributore accertarsi della loro presenza e disponibilità.

6. Meccanismi di distribuzione

6.1 Accordo sui flussi informativi

Ai fini del pieno rispetto degli obblighi di cui al Regolamento (UE) 2017/2358 e al presente Regolamento, le imprese di assicurazione e i distributori identificano tramite *accordo* la direzione, il contenuto, la periodicità, le modalità di scambio delle informazioni relative allo svolgimento delle rispettive attività e necessarie per adempiere ai rispettivi obblighi.

L'identificazione dei flussi informativi:

- a) 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 identificato dal produttore;
- b) è finalizzata a favorire l'adempimento da parte del distributore dell'obbligo di cui all'articolo 11 del Regolamento (UE) 2017/2358, in materia di informazioni di ritorno al produttore come indicato al paragrafo 6.6 del presente documento;
- c) è soggetta a revisione periodica;
- d) favorisce l'esercizio dell'azione di vigilanza sul pieno rispetto degli obblighi di cui al Regolamento (UE) 2017/2358 e al presente Regolamento da parte delle Autorità di vigilanza competenti.

6.2 Acquisizione delle informazioni sul prodotto

Il distributore acquisisce le informazioni di prodotto di cui al punto 5.5.2 tramite intranet dell'impresa di assicurazione, circolari e relative piattaforme formative.

Nel documento in allegato *Riesame Schede POG*, predisposto dal referente POG per ogni prodotto assicurativo o per i prodotti assicurativi di ogni produttore, il Referente POG conferma nella *sezione I* se tali informazioni sono chiare, complete e aggiornate. In caso contrario, documenta quanto segnalato al produttore.

Al fine di garantire la conoscenza del prodotto prima della sua distribuzione, è fatto obbligo dell'intermediario di svolgere il relativo *corso di formazione* messo a disposizione dall'impresa di assicurazione.

Il controllo sulla conoscenza del prodotto mediante verifica svolgimento del corso di formazione è svolto in automatico ove presente nei sistemi informatici dell'impresa di assicurazione, con impedimento della distribuzione del prodotto assicurativo in caso di esito negativo, oppure tramite i controlli interni svolti dalla funzione compliance, ove non presente il controllo informatico.

6.3 Scelta mercato di riferimento effettivo e strategia distributiva

L'intermediario, sulla base delle informazioni ottenute sul prodotto, effettua le proprie scelte in materia di *mercato di riferimento effettivo* e *mercato di riferimento effettivo negativo*. Queste, devono essere una specificazione del mercato di riferimento e una estensione del mercato di riferimento negativo individuati dal produttore; sono inoltre comunicati al produttore, prima della relativa distribuzione, secondo quanto concordato nell'Accordo flussi informativi.

Le informazioni ottenute sui prodotti sono anche utilizzate dal distributore al fine di identificare la propria strategia di distribuzione.

Le scelte fatte, sono riportate dal Referente POG, nelle sezioni II e III del documento *Riesame Schede tecniche POG*.

6.4 Distribuzione informazioni sul prodotto

Alla rete diretta: dipendenti e collaboratori

Tali informazioni sul prodotto, compreso le proprie scelte su mercato di riferimento effettivo e sulle proprie strategie distributive, sono inoltrate alla rete distributiva verticale tramite accesso alla intranet dell'impresa di assicurazione, inoltre via e-mail delle circolari, svolgimento corsi di formazione messi a disposizione dal produttore. La modalità di distribuzione individuata è riportata dal referente POG nella sezione V del documento *Riesame Schede POG*.

Alle collaborazioni orizzontali

Nel caso in cui il prodotto assicurativo sia distribuito tramite intermediario in collaborazione orizzontale, tali informazioni sul prodotto e sulle scelte dell'intermediario emittente in materia di mercato di riferimento effettivo e strategie distributive, sono fornite via e-mail in fase di richiesta di quotazione.

Ove il rapporto fosse consolidato, l'intermediario in collaborazione orizzontale accede ad area cloud del distributore al fine di acquisire tutte le informazioni sul prodotto.

La dimostrazione dell'acquisizione delle informazioni da parte dell'intermediario avviene:

- in caso di utilizzo intranet: credenziali di accesso;
- in caso di cloud aziendale: condivisione del cloud;
- in caso di e-mail: copia invio e-mail.

L'intermediario proponente, qualora scegliesse mercato di riferimento effettivo e strategie distributive differenti da quelle dell'intermediario emittente, dovrà comunicarlo all'intermediario emittente prima della relativa distribuzione, che procederà a sua volta a comunicarlo all'impresa di assicurazione/produttore.

In tutti i casi, non è necessaria la presa visione o accertarsi della ricezione delle informazioni sui prodotti. Come previsto dall'art. 13 comma 1 del Reg. IVASS 45/20, deve essere garantito a chi distribuisce il prodotto l'accesso alle informazioni sui prodotti.

6.5 Valutazione compatibilità e distribuzione

Acquisizione informazioni contraente

Prima della sottoscrizione del contratto, i distributori acquisiscono dal contraente e dagli aderenti, in caso di polizze collettive, tutte le informazioni necessarie per valutare l'appartenenza al mercato di riferimento o al mercato di riferimento negativo individuati dal produttore.

È altresì necessario acquisire informazioni per identificare e valutare in modo appropriato la situazione e le esigenze dei clienti, al fine di garantire che gli interessi dei clienti di questi ultimi non siano compromessi da pressioni commerciali ovvero da interessi dell'intermediario.

L'acquisizione di tali informazioni avviene tramite i questionari predisposti informaticamente dal produttore in fase di emissione polizza, o tramite appositi questionari specificatamente predisposti dal distributore.

Valutazione compatibilità dei prodotti distribuiti con le esigenze e le richieste del cliente

L'intermediario fa in modo che i prodotti siano distribuiti solo quando ciò sia nell'interesse del cliente, tenuto anche conto degli eventuali obiettivi di sostenibilità di quest'ultimo.

La distribuzione dei prodotti assicurativi rispetta le seguenti regole:

a) Cliente rientrante nel mercato di riferimento individuato dal produttore	Distribuzione ammessa
b) Cliente rientrante nel mercato di riferimento negativo individuato dal produttore	Distribuzione NON ammessa
c) Cliente non rientrante nel mercato di riferimento individuato dal produttore, ma: - non rientra nel mercato di riferimento negativo; - i prodotti rispondono alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti;	Distribuzione ammessa se: <i>Per IBIP non complessi:</i> sono adeguati o appropriati <i>Per il resto:</i> sono adeguati, previa <u>consulenza</u>, con elaborazione della raccomandazione personalizzata In tal caso, è necessario comunicarlo al produttore, con le modalità definite nell'Accordo sui flussi informativi.

Il controllo della corretta distribuzione avviene con l'ausilio dei sistemi informatici messi a disposizione del produttore per l'emissione dei prodotti assicurativi: mediante compilazione del questionario informatico, il sistema impedisce la distribuzione nel caso a) e propone le valutazioni necessarie nel caso c) e relativa comunicazione automatica al produttore delle informazioni sulle vendite dei clienti che non appartengono al mercato di riferimento. In caso di utilizzo di questionari del distributore, questi devono contenere dichiarazione dell'intermediario che è entrato in contatto con il cliente di aver verificato la corretta distribuzione nel mercato di riferimento, allegando comunicazione al produttore delle informazioni sulle vendite dei clienti che non appartengono al mercato di riferimento.

In caso di distribuzione per il tramite di collaborazione l'intermediario proponente e l'intermediario emittente sono congiuntamente responsabili per la violazione degli obblighi previsti dal Capo III del Regolamento (UE) 2017/2358.

La distribuzione dei prodotti assicurativi deve essere svolta nel rispetto di quanto previsto nelle seguenti procedure:

Promozione e trasparenza	PRO 8.2
Distribuzione Prodotti no IBIP	PRO 8.5
Distribuzione prodotti IBIP	PRO 8.7

in accordo alle procedure specifiche in materia di:

Vendita a distanza	PRO 8.5.1
Vendita con consulenza	PRO 8.5.2
Vendita mediante collaborazioni	PRO 8.5.3

e nel rispetto delle procedure:

Conflitti di interesse	PRO 8.8
Remunerazioni e incentivi	PRO 8.9
Policy antiriciclaggio	PRO 8.6
Gestione e controllo rete	PRO 7.2
Gestione amministrativa	PRO 7.6
Gestione reclami	PRO 10.2

6.6 Monitoraggio e revisione del prodotto - ruolo distributore

I distributori devono collaborare con i produttori per adempiere alla revisione del prodotto.

In particolare, in seguito a monitoraggio della distribuzione dei prodotti assicurativi, devono:

- segnalare al produttore gli eventi che potrebbero influenzare sostanzialmente le caratteristiche principali, la copertura del rischio o le garanzie di tali prodotti;
- valutare se i prodotti assicurativi continuano a essere coerenti con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato e se tali prodotti sono distribuiti nel mercato di riferimento o se invece arrivano a clienti che si trovano all'esterno di tale mercato;
- effettuare immediatamente la segnalazione al produttore qualora considerino che il prodotto non sia in linea, o eventualmente non lo sia più, con gli interessi, compresi eventualmente quelli legati alla sostenibilità, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato dal produttore, nonché alle altre circostanze relative al prodotto che aggravino il rischio di pregiudizio per il cliente.

Il monitoraggio viene effettuato con frequenza annuale richiedendo collaborazione alla rete di collaboratori e dipendenti nella segnalazione sui prodotti assicurativi, tramite allegato:

All. 11 - SEGNALAZIONE FLUSSI INFORMATIVI DI RITORNO-POG

all'interno del fascicolo addetto.

Analoga richiesta deve essere inviata agli intermediari proponenti che distribuiscono i prodotti assicurativi dell'intermediario emittente tramite rapporti di collaborazione orizzontale. Come precisato nell'accordo di collaborazione orizzontale, la segnalazione dei flussi informativi per la distribuzione di prodotti assicurativi finanziari è obbligatoria riceverla in forma scritta, mentre per gli altri prodotti assicurativi deve essere effettuata dall'intermediario proponente solo in caso di necessità di segnalazione.

I risultati del monitoraggio svolto dal distributore sono riportati dal Referente POG nel *Riesame annuale* della sezione A del documento *Riesame schede tecniche POG*.

Riesame mercato di riferimento effettivo

In sede di tale riesame delle informazioni di ritorno da parte della propria rete distributiva, l'intermediario provvede anche a verificare se il prodotto assicurativo resti coerente con le esigenze del proprio mercato di riferimento effettivo e se la prevista strategia distributiva continui ad essere appropriata.

Qualora il mercato di riferimento effettivo fosse differente da quello individuato dal produttore, l'intermediario, anche a seguito delle indicazioni e valutazioni ricevute dal produttore, riconsiderano il mercato di riferimento effettivo e/o aggiornano le procedure e le misure adottate qualora rilevino di aver erroneamente identificato il mercato di riferimento effettivo per un prodotto assicurativo ovvero qualora il prodotto assicurativo non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento effettivo. Le modifiche sono adeguatamente comunicate al produttore, secondo le modalità stabilite dall'Accordo flussi informativi.

Anche tali attività sono indicate nella *Riesame annuale* della sezione A del documento *Riesame Schede tecniche POG*.

6.7 Sistemi interni di controllo

Al fine di monitorare i rischi di mancato adempimento degli obblighi previsti dalle normative di riferimento in materia POG, ivi compresa la verifica della correttezza ed efficacia dei meccanismi distributivi, l'intermediario procede regolarmente a:

- verificare tramite la Funzione Revisione Interna la corretta attuazione delle normative e di quanto riportato nell'Accordo flussi informativi, anche in termini di completezza, riportandone i risultati nell'*Audit Report*;
- verificare tramite la Funzione Compliance la corretta distribuzione di prodotti assicurativi, mediante periodico campionamento rappresentativo, riportandone i risultati su *Report di prodotto*;
- verificare tramite la Funzione Compliance il corretto utilizzo dei sistemi informatici volti a:

- i. verificare lo svolgimento di *corsi di formazione* prima della distribuzione del prodotto, al fine di garantire la conoscenza del prodotto (ad esclusione degli intermediari proponenti);
- ii. verificare l'utilizzo corretto dei *questionari* volti a controllare il mercato di riferimento ed impedirne la distribuzione in caso di appartenenza al mercato di riferimento negativo;
- iii. verificare la coerenza del prodotto alle esigenze e alle richieste del contraente, nonché l'adeguatezza/appropriatezza in caso di distribuzione di prodotti assicurativi di investimento.

Eventuali *criticità* derivanti dai controlli attuati sono opportunamente evidenziate nei relativi documenti di registrazione e riportati al Responsabile dell'attività di intermediazione e ove necessario al produttore secondo quanto indicato nell'Accordo flussi informativi.

È inoltre stato importato da parte dell'intermediario, un sistema di segnalazione delle violazioni (Whistleblowing), secondo procedura PRO 8.3 Segnalazione delle violazioni.

7. Documenti di registrazione

In materia di processo di approvazione del prodotto (solo se produttore di fatto):

- Fascicolo tecnico

In materia di meccanismi di distribuzione:

- Accordo tra produttori
- Accordo flussi informativi
- Riesame Schede POG (in allegato)
- Eventuali e-mail di invio schede POG alla rete distributiva
- Questionario utilizzato per la valutazione del mercato di riferimento- Segnalazioni della rete distributiva (tramite *allegato 11* del fascicolo addetto)
- Comunicazioni al produttore secondo quanto definito dall'Accordo flussi informativi

In materia di controlli interni:

- Audit report
- Audit di prodotto
- Controllo formazione prodotti in caso di assenza blocco informatico in fase distributiva

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.

AGENZIA MAIDA ANTONIO SEDE LEGALE Iscrizione RUI A000000193 del 01-02-2007	Allegato 1 RIESAME SCHEDE TECNICHE POG	rev 0
		Pagina 1 di 2

Produttore	NOME COMPAGNIA
Referente POG	XXXX
Denominazione prodotti	Prodotto Circolare

	RIESAME ANNUALE DELLA DISTRIBUZIONE ANNO 2024
[X]	Nel corso dell'anno, anche sulla base dei flussi informativi di ritorno dalla propria rete distributiva di vendita, non si sono riscontrate anomalie: - Non si sono verificati casi in cui si è acquisito consapevolezza del fatto che le richieste ed esigenze di copertura assicurativa e previdenziale del contraente o dell'assicurato non siano state completamente soddisfatte dal prodotto assicurativo, dal mercato di riferimento individuato e dalle strategie di distribuzione suggerite dalle imprese di assicurazione; - Non si sono riscontrati casi in cui il prodotto assicurativo non era in linea con gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o del fatto che altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno ad un cliente individuato specifico.
[]	Nel corso dell'anno sono state riscontrate le seguenti criticità: <i>Allegare le comunicazioni inviate al produttore.</i>
DATA	Firma Responsabile/i POG
31-12-2024	

AGENZIA MAIDA ANTONIO SEDE LEGALE Iscrizione RUI A000000193 del 01-02-2007	Allegato 1 RIESAME SCHEDE TECNICHE POG	rev 0 Pagina 2 di 2
--	---	------------------------

SCELTE DISTRIBUTIVE ANNO 2025	
SEZIONE I	RIESAME DELLE INFORMAZIONI
[X]	Si conferma che le informazioni fornite dal produttore sono esaustive, pertinenti e complete in merito ai prodotti assicurativi, ai mercati di riferimento individuati e alle strategie di distribuzione suggerite, compresi i dati sugli elementi e sulle caratteristiche principali dei prodotti assicurativi, ai rischi e i costi, inclusi i costi impliciti, nonché qualunque circostanza che possa causare un conflitto di interesse a discapito del cliente.
[]	Le informazioni fornite dal produttore presentano le seguenti criticità, elencate per ogni prodotto: <i>Allegare le comunicazioni inviate al produttore.</i>
SEZIONE II	MERCATO DI RIFERIMENTO EFFETTIVO
[X]	I mercati di riferimento effettivi del distributore coincidono con quelli previsti dal produttore.
[]	I mercati di riferimenti effettivi sono indicati, per ogni prodotto, di seguito: In tal caso, è stata fornita opportuna informazione al produttore sul mercato di riferimento specifico (allegare comunicazione al produttore).
SEZIONE III	STRATEGIA DI DISTRIBUZIONE SPECIFICA
[X]	La strategie di distribuzione coincidono con quelle proposte dal produttore.
[]	Le strategie di distribuzione scelte sono di seguito indicate, per prodotto assicurativo: In tal caso, è stata fornita opportuna informazione al produttore sulla strategia di distribuzione scelta, per ogni prodotto assicurativo (allegare comunicazione al produttore).
SEZIONE IV	METODO DI VALUTAZIONE APPARTENENZA MERCATO DI RIFERIMENTO
[X]	La verifica dell'appartenenza al mercato di riferimento è effettuata con l'ausilio dei questionari predisposti dalla mandante, di cui si è verificata la correttezza, e valutazioni mediante algoritmi della mandante che supportano nella verifica, con responso automatico.
[]	Per la verifica dell'appartenenza al mercato di riferimento si utilizzano questionari personalizzati del distributore (in allegato viene inserita una copia), di cui si garantisce la capacità di individuazione del mercato di riferimento effettivo. La valutazione è effettuata manualmente mediante confronto del questionario con le schede tecniche fornite dal produttore. In tal caso, è stata fornita opportuna informazione al produttore sul questionario predisposto, per ogni prodotto assicurativo (allegare comunicazione al produttore).
SEZIONE V	DIFFUSIONE DELLE INFORMAZIONI
[X]	Le informazioni sui prodotti sono accessibili ai singoli distributori tramite: (X) intranet aziendale (cloud aziendale per chi non vi accede) (X) invio circolari tramite mail (X) corsi di formazione sui prodotti (obbligatori prima della distribuzione) () _____

DATA	Firma Responsabile/i POG

PRO 7.2

Gestione controllo rete

Sommario

1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE
2. RIFERIMENTI NORMATIVI
3. TERMINI E DEFINIZIONI
4. Inserimento addetto all'attività di intermediazione
5. Interruzione rapporto addetto all'attività di intermediazione
6. CONTROLLI PERIODICI
- 6.1 Mantenimento compliance
- 6.2 Formazione
7. Controlli amministrativi-contabili
8. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
7	01.02.2025	Inserimenti misure ammissibilità incentivi	Francesco Netti
6	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
5	08.01.2024	Recepimento Provv. 134/23	Francesco Netti
4	09.01.2023	Aggiornamento periodico	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. Termini e definizioni

"Addetto": collaboratori e dipendenti dell'agenzia che svolgono attività di intermediazione assicurativa;

"Fascicolo": insieme di dichiarazioni e di informative riguardanti gli adempimenti relativi a dipendenti e collaboratori che l'agenzia deve verificare periodicamente;

"Mandato": incarico conferito tramite una lettera di nomina contenente tutte le condizioni operative. Si tratta di un subcontratto.

4. 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 alla versione digital, inviare il modulo firmato a K Partners.

2) Creazione anagrafica

L'agenzia procede a caricare all'interno dei sistemi informatici di compagnia le anagrafiche degli addetti in funzione del ruolo svolto all'interno della struttura.

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.

3) Formazione

L'addetto, oltre alla verifica formazione obbligatoria secondo regolamenti IVASS è consigliato 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 di lavoro subordinato sempre in versione cartacea.

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

6) Contributi collaboratore

L'agenzia non eroga contributi di avviamento all'attività dedicati prevalentemente alla distribuzione esclusiva di prodotti IBIPs, inoltre non vengono previsti contributi per l'affitto dei locali dedicati alla distribuzione degli stessi prodotti IBIPs.

Questi due aspetti valgono solamente per i collaboratori.

7) 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 (pagata tramite bollettino n° 8003 intestato a “Agenzia delle entrate – Centro Operativo di Pescara – Tasse Concessioni Governative” con causale “Tassa iscrizione nel Registro degli intermediari assicurativi e riassicurativi”);

- Procedere con l'iscrizione del collaboratore tramite il portale web RUI, seguendo le istruzioni indicate da IVASS nel Manuale predisposto, disponibile sul sito internet dell'Autorità di Vigilanza;
- Attendere conferma di IVASS di iscrizione
- Scaricare conferma IVASS dal portale web RUI, archiviare marca da bollo utilizzata e vidimarla apponendo segno di biro e allegando eventuale copia bollettini.

8) Archiviazione

I documenti e le dichiarazioni di cui sopra saranno reperibili

- nei gestionali e sistemi di archiviazione di agenzia
- 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 attraverso il portale WEB RUI.

5. 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 il portale web RUI.

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.

6. Controlli periodici

6.1 Mantenimento Compliance

Il Referente Compliance verifica periodicamente gli adempimenti periodici che dipendenti e collaboratori devono rispettare tramite la compilazione del fascicolo Allegato 2: “Fascicolo addetto”

6.2 Formazione

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

6.2.1 Aggiornamento professionale

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

6.2.2 Emissione nuovi prodotti

Secondo quanto riportato nella procedura PRO 8.4 "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 semestrale di verifica formazione di ogni prodotto per ogni addetto, mentre viene inviato mensilmente un promemoria alla rete di svolgere il corso sui prodotti prima di intermediarlo.

6.2.3 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.

7. Controlli amministrativi-contabili

L'agenzia svolge periodici controlli in materia amministrativo contabile.

In particolare, per quanto riguarda la corretta messa in copertura delle polizze e relativo incasso premi.

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.

Indice allegati:

Allegato 1: Modulo inserimento addetto all'attività di intermediazione

Allegato 2: Fascicolo addetto

Allegato 3: Controllo ore formative

PRO 7.6

Gestione amministrativa

Sommario

1. Riferimenti normativi
2. Termini e definizioni
3. Comunicazioni IVASS
 - 3.1 Iscrizione persona fisica
 - 3.2 Iscrizione Società
 - 3.3 Modifica cariche societarie
 - 3.4 Stretti legami
4. Contributi di vigilanza
5. RC Professionale
6. Conto separato - Fideiussione
7. Contributo al fondo di garanzia

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.24	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	09.01.2022	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
0	15.02.2021	Recepimento Reg. IVASS 45/20 e Prov. 97/20	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. 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.
Direttiva Europea n. 97	2016	Direttiva che introduce sistemi più efficienti e semplificati di gestione dei registri e di vigilanza sulle imprese e sugli intermediari rafforzando il livello di tutela del consumatore e consolidando nell'ordinamento europeo principi e regole già presenti nella regolamentazione italiana.
Codice delle Assicurazioni Private	2005	Il Codice delle Assicurazioni Private realizza la codificazione delle norme in materia di assicurazione con la sola eccezione di quelle contenute nel Codice Civile, nella legge istitutiva dell'IVASS (legge 135/2012, di conversione, con modifiche, del decreto-legge n. 95/2012) e di talune norme in materia di contabilità.

2. Termini e definizioni

RUI: Registro Unico Intermediari

Stretti Legami: il rapporto fra due o più persone fisiche o giuridiche nei casi in cui sussiste:

- 1) un legame di controllo ai sensi dell'articolo 72;
- 2) una partecipazione, detenuta direttamente o per il tramite di società controllate, società fiduciarie o per interposta persona, almeno pari al 10% del capitale o dei diritti di voto, ovvero una partecipazione che, pur restando al di sotto del limite sopra indicato, dà comunque la possibilità di esercitare un'influenza notevole ancorché non dominante;
- 3) un legame in base al quale le stesse persone sono sottoposte al controllo del medesimo soggetto, o comunque sono sottoposte a direzione unitaria in virtù di un contratto o di una clausola statutaria, oppure quando gli organi di amministrazione sono composti in maggioranza dalle medesime persone;
- 4) un rapporto di carattere tecnico, organizzativo, finanziario, giuridico e familiare che possa influire in misura rilevante sulla gestione dell'impresa.

3. Comunicazioni IVASS

3.1 Iscrizione persona fisica

Verifica

Per richiedere l'iscrizione nelle sezioni A o B del Registro, le persone fisiche devono:

- Essere in possesso dei requisiti previsti dall'articolo 110, comma 1 del Codice;
- Non avere incarichi pubblici a tempo pieno;
- Avere superato la prova di idoneità;
- Aver assolto all'obbligo di stipulazione del contratto di assicurazione della responsabilità civile (cd. Polizza RC professionale);
- Esclusivamente per l'iscrizione in sezione B, avere aderito al Fondo di Garanzia;
- Non avere stretti legami con persone fisiche e giuridiche che possano pregiudicare l'esercizio dei poteri di vigilanza;

Iscrizione RUI

verificati i requisiti sarà necessario procedere con la compilazione del modello elettronico:

- Pagare bollettino versamento una tantum tassa iscrizione 168,00 euro persona fisica e persona giuridica (pagata tramite bollettino n° 8003 intestato a "Agenzia delle entrate - Centro Operativo di Pescara - Tasse Concessioni Governative" con causale "Tassa iscrizione nel Registro degli intermediari assicurativi e riassicurativi");
- Procedere con l'iscrizione tramite il portale web RUI, seguendo le istruzioni indicate da IVASS nel Manuale predisposto, disponibile sul sito internet dell'Autorità di Vigilanza;
- Attendere conferma di IVASS di iscrizione;
- Scaricare conferma IVASS dal portale web RUI, archiviare marca da bollo utilizzata e vidimarla apponendo segno di biro e allegando eventuale copia bollettini.

3.2 Iscrizione Società

Verifica

Per richiedere l'iscrizione nelle sezioni A o B del Registro, le società devono:

- Essere in possesso dei requisiti previsti dall'articolo 112, comma 1, del Codice;
- Non essere enti pubblici oppure enti o società controllati da enti pubblici;
- avere affidato la responsabilità dell'attività di distribuzione ad almeno una persona fisica iscritta nella medesima sezione del Registro alla quale la società chiede l'iscrizione. Nel caso in cui la responsabilità dell'attività di distribuzione sia affidata a più persone, l'obbligo di iscrizione nella medesima sezione del Registro è riferito ad ognuna di esse.
- Aver assolto all'obbligo di stipulazione del contratto di assicurazione della responsabilità civile (cd. Polizza RC professionale);
- non essere partecipate in misura superiore al dieci per cento del proprio capitale in maniera tale da impedire l'esercizio dei poteri di vigilanza da parte dell'IVASS;
- non avere stretti legami con persone fisiche o giuridiche che impediscano l'esercizio dei poteri di vigilanza.

Iscrizione RUI

verificati i requisiti sarà necessario procedere con la compilazione del modello elettronico:

- Pagare bollettino versamento una tantum tassa iscrizione 168,00 euro persona fisica e persona giuridica (pagata tramite bollettino n° 8003 intestato a "Agenzia delle entrate - Centro Operativo di Pescara - Tasse Concessioni Governative" con causale "Tassa iscrizione nel Registro degli intermediari assicurativi e riassicurativi");
- Procedere con l'iscrizione della società tramite il portale web RUI, seguendo le istruzioni indicate da IVASS nel Manuale predisposto, disponibile sul sito internet dell'Autorità di Vigilanza;
- Attendere conferma di IVASS di iscrizione;
- Scaricare conferma IVASS dal portale web RUI, archiviare marca da bollo utilizzata e vidimarla apponendo segno di biro e allegando eventuale copia bollettini.

3.3 Modifica cariche societarie

L'inserimento o cancellazione di un responsabile dell'attività di intermediazione va comunicato preventivamente alle compagnie mandanti.

Una volta che le compagnie hanno accettato l'inserimento o la cancellazione, si procede con la comunicazione ad IVASS, attraverso il portale web RUI nella relativa sezione.

3.4 Stretti Legami

Il provvedimento n. 84 del 13 febbraio 2019, l'IVASS ha disciplinato le modalità e i termini per la comunicazione delle informazioni sulle partecipazioni e gli stretti legami in capo ai soggetti iscritti nel registro unico degli intermediari assicurativi, anche a titolo accessorio, e riassicurativi (RUI).

La suddetta normativa ha introdotto il nuovo requisito di cui all'articolo 109, comma 4-sexies del CAP, secondo cui, ai fini dell'iscrizione nel RUI e di modifica delle quote societarie, devono essere comunicate all'IVASS le informazioni relative alla esistenza di eventuali partecipazioni superiori al 10% del capitale dell'intermediario o di stretti legami.

In presenza di cambi societari, che comportano una variazione delle partecipazioni superiori al 10% del capitale dell'intermediario o di stretti legami, è necessario comunicare all'IVASS l'esistenza di tale situazione, attraverso il portale web RUI, nella specifica sezione.

4. Contributi di Vigilanza

Annualmente, sulla base delle indicazioni predisposte dall'IVASS, tutti gli iscritti nella sezione A e B del Registro, sono tenuti a procedere al pagamento dei contributi annuali di vigilanza.

Nello specifico sono tenuti al suddetto pagamento:

- L'Agente o il broker persona fisica iscritta relativamente in sezione A o B , operativa e inoperativa, alla data fissata dall'IVASS all'interno di apposito Provvedimento annuale.
- La Società Agente o la Società Broker iscritta relativamente in sezione A o B, operativa e inoperativa, alla data fissata dall'IVASS all'interno di apposito Provvedimento annuale.

Per quanto concerne, il contributo dovrà essere versato sia per la Società Agente sia per il/i responsabile/i dell'attività di distribuzione assicurativa.

Si precisa che gli intermediari iscritti nella sezione E del Registro non sono tenuti al pagamento del contributo.

Copia del pagamento deve essere archiviato nel fascicolo compliance.

Il contributo di vigilanza può essere pagato tramite circuito PagoPA attraverso il portale accessibile all'indirizzo <https://web1.unimaticaspa.it/unipay/startPayment.jsp?tenant=ivass>

Da questo portale è possibile:

- scaricare l'avviso di pagamento PagoPA (contenente il codice IUV - Identificativo Univoco di Versamento, l'anagrafica, la causale e l'importo da pagare) per l'annualità contributiva corrente;
- verificare lo stato della propria posizione contributiva;
- ottenere l'avviso di pagamento per versare i contributi arretrati ancora dovuti.

L'accesso al portale avviene digitando con carattere minuscolo una username (il proprio codice fiscale) e una password. Al primo accesso la password è sempre il codice fiscale. Il sistema poi vi consentirà di creare una password personale.

5. RC Professionale

Gli Agenti Assicurativi sono tenuti a stipulare la Polizza di Responsabilità Civile, ossia la copertura necessaria per lo svolgimento dell'attività distributiva.

Il contratto di assicurazione della Responsabilità Civile è stipulato con un'impresa autorizzata all'esercizio del ramo 13- Responsabilità Civile generale di cui all'articolo 2, comma 3, del D.lgs. n. 209/2005 o con un'impresa estera ammessa ad esercitare tale attività in regime di stabilimento o in libera prestazione di servizi nel territorio della Repubblica italiana.

La Polizza di Responsabilità Civile deve presentare le seguenti caratteristiche minimali:

- garantire la responsabilità civile derivante da danni causati a terzi nell'esercizio dell'attività di intermediazione, conseguenti a negligenze ed errori professionali dell'intermediario, così come da errori professionali ed infedeltà dei suoi dipendenti, collaboratori o persone del cui operato deve rispondere a norma di legge, incluse le persone fisiche e le società, iscritte nella sezione E. Non sono consentite clausole che limitino o escludano tale copertura;
- coprire l'integrale risarcimento dei danni occorsi nel periodo di svolgimento dell'attività di intermediazione, anche se denunciati nei tre anni successivi alla cessazione dell'efficacia della copertura;
- l'inserimento di franchigie o scoperti non può essere opposto dall'impresa ai terzi danneggiati che devono ricevere, nel limite dei massimali garantiti, l'integrale ristoro del danno subito; l'impresa conserva il diritto di rivalsa nei confronti dell'assicurato;
- garantire la copertura nel territorio di tutti gli Stati membri.
- I massimali di copertura della polizza sono di importo almeno pari a quanto previsto dalla normativa europea.

Nel caso di polizze che prevedono coperture cumulative, i suddetti limiti minimi sono riferiti a ciascun intermediario di cui alle sezioni A o B che richiede l'iscrizione.

È stato eliminato l'obbligo per gli Intermediari di comunicare il rinnovo della polizza di responsabilità civile professionale.

6. Conto separato-Fideiussione

Conto separato

Il Conto Separato è soggetto al regime stabilito dal Codice delle Assicurazioni Private (art. 117 del D.Lgs. n. 209/2005) che impone di disporre di un conto corrente apposito per la gestione dei premi assicurativi e dei risarcimenti/pagamenti dovuti dalle compagnie di assicurazione.

Sul Conto Separato:

1. non possono essere effettuate operazioni personali dell'Intermediario o operazioni connesse alla gestione dell'agenzia assicurativa;
2. non opera la compensazione (legale, giudiziale e convenzionale) e non sono ammesse azioni, sequestri o pignoramenti da parte di creditori diversi dagli assicurati e dalle imprese di assicurazione.

La normativa permette di effettuare su questa tipologia di conto corrente unicamente le seguenti operazioni:

- versamento dei premi incassati dai clienti;
- bonifico periodico verso la compagnia assicurativa per il trasferimento dei premi netti;
- prelievo provvigioni;
- pagamento di eventuali sinistri.

Su questa tipologia di conto corrente, pertanto, non può transitare nessun altro tipo di operazioni.

Fideiussione

Il Regolamento stabilisce che l'intermediario non è soggetto agli obblighi di separazione patrimoniale nel caso in cui, sottoscriva una fideiussione bancaria che ne documenti in modo permanente una capacità finanziaria pari al 4% dei premi netti incassati, con il minimo previsto dalla normativa europea.

Entro il 31 dicembre di ogni anno l'Agente determina l'importo della fideiussione bancaria. Il quattro per cento dei premi incassati è calcolato sul monte premi netto, complessivamente incassato dall'intermediario.

L'Agente verifica ogni anno il rinnovo della fideiussione sulla base dell'importo calcolato al 31 dicembre dell'anno precedente.

7. Contributo al Fondo di Garanzia

Solo nel caso in cui l'intermediario sia iscritto nella sezione B del RUI deve aderire al Fondo di Garanzia per i mediatori di assicurazione e di riassicurazione costituito presso CONSAP ("Fondo brokers").

Il Fondo si alimenta con un contributo a carico degli intermediari iscritti nella sezione B del RUI, determinato annualmente con decreto del Ministro dello Sviluppo Economico, sentito l'IVASS e il Comitato di gestione, in misura non superiore allo 0,08% delle provvigioni annualmente acquisite.

Il mancato pagamento del contributo è causa di cancellazione dal RUI.

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 8.2

Promozione e trasparenza di prodotti assicurativi

Sommario

1. Riferimenti normativi
2. Termini e definizioni
3. Informative
 - 3.1 Informative sui trasferimenti
 - 3.2 Informative 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
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. Sistema di controlli interni
10. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
4	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
3	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	09.01.2023	Aggiornamento 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 ed al Provvedimento 147/24

Disposizioni generali in materia di distribuzione.

Regolamento IVASS 41/18 aggiornato al Provvedimento IVASS 97/20 ed al Provvedimento 147/24

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.

Provvedimento IVASS 128/23

Obbligo comunicazione a IVASS dei siti che promuovono contratti di assicurazione

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. Informative

3.1 Informative 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 Informative 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 diretti iscritti in sezione E, ai Responsabili di società iscritti in sezione E ed ai collaboratori di secondo livello tramite l'allegato 6 del fascicolo sottoscritto annualmente.

Nell'ambito delle collaborazioni orizzontali l'intermediario proponente comunica eventuali ulteriori costi applicati nella distribuzione di prodotti assicurativi vita.

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: *"Informazione pubblicitaria. Prima della sottoscrizione leggere il set informativo disponibile sul sito xxx"*.

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 possieda un proprio sito internet, è titolare del dominio del sito internet o del profilo social utilizzati per la promozione della distribuzione dei prodotti assicurativi.

Qualora il sito internet venga utilizzato per la promozione e il collocamento oppure per la sola promozione di contratti assicurativi, l'agenzia deve comunicare all'IVASS il proprio dominio o sottodominio tramite la modifica anagrafica agenziale disponibile al RUI.

L'agenzia, prima di promuovere o fare riferimento a prodotti specifici di compagnia, verifica con la compagnia mandante la possibilità di fare specifica menzione dei prodotti stessi.

Tale comunicazione va effettuata entro 30 giorni successivi alla data di registrazione del dominio internet.

La comunicazione dei siti internet delle persone e società iscritte nella sezione E per conto dell'agenzia che rispondono ai requisiti di cui sopra è a carico dell'Agenzia.

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) Dati identificativi dell'intermediario;
- b) Indirizzo della sede, Partita IVA, Recapito telefonico, Numero FAX, E-mail e PEC; orari di apertura;
- c) Numero e data di iscrizione nel Registro e l'indicazione del sito internet del RUI:
<https://rui pubblico.ivass.it/rui-pubblica/ng/#/home>;
- d) Indicazione "INTERMEDIARIO SOGGETTO AL CONTROLLO DELL'IVASS";
- e) 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 solo previa autorizzazione dell'impresa mandante.

Convenzioni locali stipulate direttamente dall'agenzia possono essere pubblicate sul sito solo 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:

Valutazione 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

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 a comparazione delle polizze;
- b) 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;
- c) garantisce che il numero delle imprese pubblicizzate ai fini del confronto corrisponda a quello delle imprese effettivamente comparate;
- d) 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;
- e) 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;
- f) 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;
- g) 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);
- h) 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;
- i) nel diffondere comunicazioni pubblicitarie si conformano a quanto disposto al paragrafo 7;
- j) 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

ALL.1 - "Angolo del consumatore"

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

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.

È inoltre necessario esporre in agenzia la dichiarazione relativa ai principali effetti negativi riguardanti le consulenze prestate dall'agenzia.

Trasparenza procedura segnalazione delle violazioni (whistleblowing)

L'agenzia mette a disposizione del personale interno nella bacheca aziendale:

- un'informativa sulle modalità relative alla procedura di Segnalazione delle violazioni (Whistleblowing) tramite esposizione di relativo QR code;
- Politica aziendale e Regolamento interno, con l'indicazione delle regole di comportamento adottate dal personale addetto all'attività di intermediazione.

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.

ALLEGATI - DOCUMENTI DI REGISTRAZIONE

Allegato 1 - Angolo del Consumatore

ALLEGATO 1

Documenti da esporre

Angolo del Consumatore revisione 4

Documenti obbligatori

1	Libretti Condizioni generali e speciali di polizza RC Auto (Autovetture, autocarri e ciclomotori)
2	Tabella provvigionale RC Auto
3	Fascicoli informativi del prodotto RC Auto
4	Informativa sulla sostenibilità finanziaria e, ove previsto, politica dell'impresa mandante. Dichiarazione sui principali effetti negativi sulla Sostenibilità dell'impresa mandante
5	Dichiarazione sui principali effetti negativi delle consulenze agenziali
6	Guida del consumatore Credito al Consumo (solo se si propongono finanziamenti)
7	Risarcimento diretto
8	Tabella di conversione della classe di merito interna (ove non presente nei fascicoli informativi)
9	Elenco delle imprese con le quali si hanno o si potrebbero avere rapporti di affari e procedura reclami

Documenti facoltativi

1	MOG Compagnia
2	Codice Etico

Regole basilari:

- Eliminare documenti superati
- Non inserire informative commerciali, testi normative e regolamenti o altro

L'eccesso di documenti, ritenuti non attinenti, va contro le regole di trasparenza

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

PRO 8.5

Distribuzione prodotti assicurativi ramo danni e vita

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 Verifica appartenenza mercato di riferimento
 - 5.3 Gestione preventivi
 - 5.4 Informativa precontrattuale e contrattuale (art. 56 e 61)
 - 5.5 Conflitti di interesse (art. 55)
 - 5.6 Remunerazioni (art. 57)
 - 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 Antiriciclaggio
 - 5.10 Sottoscrizione documentazione (art. 62)
 - 5.11 Documentazione da consegnare ai contraenti
 - 5.12 Incasso premi
 - 5.13 Rinnovi
 - 5.14 Vendita con consulenza (art. 59)
 - 5.15 Vendita tramite altre collaborazioni
 - 5.16 Contratti in forma collettiva (art. 66)
 - 5.17 Promozione e Collocamento di contratti assicurativi a distanza (art. 69 e ss)
 - 5.18 Vendita abbinata (art. 59-bis)
 - 5.19 Partecipazione a gare pubbliche
 - 5.20 Gestione sinistri
 - 5.21 Conservazione della documentazione (art. 67)
6. Sistema di controllo interno
7. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
5	08.01.25	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
4	08.01.24	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
3	15.06.23	Recepimento Regolamento 51/22	Francesco Netti
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.

"Preventivass": servizio informativo di preventivazione on line, gratuito e imparziale realizzato da MiSE e IVASS.

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 ramo danni e vita.

4. Ambito di applicazione

Il presente documento si applica a tutti i prodotti assicurativi intermediati dall'agenzia nei rami danni e vita.

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:

"Scheda cliente" o Privacy d'agenzia

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 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 e secondo quanto previsto da Policy POG, 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.

Per l'elaborazione dei preventivi relativi al ramo RCA l'intermediario si avvale del preventivatore pubblico Preventivass.

Nel caso in cui il cliente abbia elaborato autonomamente il preventivo l'intermediario provvede a conservare copia del preventivo, anche tramite supporti informatici (e-mail); in alternativa, provvede ad accedere a Preventivass ed inviare una copia dei preventivi elaborati per le proprie mandanti e a conservare copia dell'invio a riprova dell'attività svolta.

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, Modulo unico precontrattuale (MUPL), 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.

Le informazioni sono aggiornate ogniqualvolta intervengano cambiamenti che incidono o potrebbero incidere significativamente sulle informazioni contenute.

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;

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 "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 e-mail.
- 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:

"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:

Adeguate 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 Antiriciclaggio

In caso di emissione polizze vita, l'agenzia procede ad attuare quanto previsto dalle normative in materia antiriciclaggio, secondo la procedura

PRO 8.6 Policy antiriciclaggio

5.10 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.

5.11 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.

5.12 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:

"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 preponenti.

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 fidejussione 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 fidejussione 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 fidejussione 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 fidejussione 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 fidejussione, riportante l'importo per ogni impresa e attestato versamento annuale, nonché verifica annuale coerenza importo fidejussione 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 fidejussione.

5.13 Rinnovi

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

I rinnovi non quietanzati sono riconsegnati in agenzia.

5.14 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.

5.15 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: *"Elenco rapporti di affari"*.

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:

"Elenco rapporti di affari"

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 3 o 4.
- 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 3 e 4 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".

5.16 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:

"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 3 o 4 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.

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.

5.17 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.

5.18 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.

5.19 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.

5.20 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.

5.21 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:

- Controllo idoneità polizza, in termini di sottoscrizione e presenza documenti.
- Controlli amministrativi emissione polizza e incasso

7. 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 controlli interni
7. Allegati
8. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	09.01.2023	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
0	24.01.2022	Reg. IVASS 40/2018	Francesco Netti

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.

Provvedimento IVASS n. 128/2023
Modifiche e Integrazioni al Reg. IVASS 40/2018

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 di cui si distribuiscono i prodotti una comunicazione (opportunamente archiviata nel fascicolo compliance o in formato digitale), 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 alle imprese di cui si distribuiscono i prodotti 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 di cui si distribuiscono i prodotti ogni responsabilità, anche derivante dall'eventuale intervento di propri addetti, connessa allo svolgimento dell'incarico tramite tecniche a distanza.
- d) comunicare all'IVASS i domini e dei sottodomini internet utilizzati dall'intermediario per la promozione e il collocamento di contratti di assicurazione, tale comunicazione deve essere effettuata entro 30 giorni, rispettivamente decorrenti dalla data di registrazione (per i domini) oppure da quella di utilizzo (per i sottodomini). In particolare, la comunicazione deve essere effettuata dall'intermediario anche per conto dei rispettivi collaboratori iscritti nella Sezione E del Registro, sia qualora questi ultimi utilizzino il proprio dominio, sia quello messo a disposizione dall'intermediario medesimo.

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 del MUP (Modulo Unico Precontrattuale);
- 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'intermediario non 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 l'intermediario come espressione del consenso del contraente.

In caso di coperture assicurative proposte in abbinamento a beni o servizi di diversa natura, l'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario, 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'intermediario 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:

- a) essere titolare del dominio del sito internet;
- b) avvalersi esclusivamente dei domini e dei sottodomini internet comunicati all'IVASS.

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;

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'appropriate conoscenza delle caratteristiche dei contratti e dei servizi offerti;
- forniscano al primo contatto il proprio codice identificativo o le proprie generalità, il nominativo dell'intermediario;
- 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'intermediario deve essere titolare del *Profilo Social Network* - dedicato alla promozione e al collocamento dei prodotti assicurativi.

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 di cui distribuiscono i prodotti; 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario effettua periodicamente i seguenti controlli:

- Controlli su eventuali siti internet utilizzati per la vendita a distanza.
- Controlli sulla comunicazione dei siti internet a IVASS.

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
2	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	08.01.2024	Aggiornamento parte fiscale	Francesco Netti
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 3 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 3 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 3.

Gli agenti assicurativi potrebbero effettuare anche una consulenze remunerata ai sensi dell'articolo 119-ter, comma 4, del CAP; questa consulenza deve essere fondata su un'analisi imparziale che si basa su un numero sufficiente di contratti di assicurazione disponibili sul mercato, perciò bisognerà presentare almeno tre preventivi da compagnie diverse per la soluzione dell'esigenza richiesta da parte dei contraenti, nonché dovrà conservare i preventivi ed evidenziare nella raccomandazione personalizzata i costi e le Compagnie di riferimento dei preventivi proposti al contraente.

In ogni caso a completamento della procedura dovrà essere consegnata una raccomandazione personalizzata al contraente in quanto basate e adattata alle esigenze del cliente 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 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 a 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 il prodotto 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.

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, comma 1, n. 9) 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.

Tutto questo è effettivo se la consulenza produce una negoziazione, ovvero l'emissione di un prodotto assicurativo in quanto diventa attività di intermediazione, se invece la consulenza non porta necessariamente ad una operazione di emissione di un prodotto assicurativo allora si dovrà applicare l'IVA del 22%.

La separazione degli importi assume particolare importanza nel caso non si presente 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.

Il pagamento del compenso sarà regolato mediante bonifico entro 30 (trenta) giorni dalla data di emissione della fattura.

7. Sistema di controllo interno

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

- Presenza corrette informativa precontrattuale;
- Presenza raccomandazione personalizzata.

8. Allegati

- Allegato 1: Incarico di consulenza remunerata

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 3/4 - Modulo unico precontrattuale (MUP) relativo alla polizza n. _____.

Data	Firma

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
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
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
Provvedimento IVASS n. 128/2023 e 147/2024
Modifiche e Integrazioni al Reg. IVASS 40/2018
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.

“intermediario”: qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa

“compagnia”: Impresa assicurativa per conto della quale vengono distribuiti i prodotti assicurativi

5. Richiesta di quotazione

La richiesta di quotazione all'intermediario emittente deve avvenire tramite invio e-mail, riportando tutte le informazioni necessarie per 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'intermediario proponente telefonicamente, al fine della compilazione dei questionari sui sistemi informatici dell'impresa assicurativa di riferimento. Ove ritenuto necessario, l'intermediario proponente procederà all'invio del questionario POG dell'impresa di cui si distribuiscono i prodotti, che dovrà essere ritornato debitamente compilato e firmato.

6. Valutazione preventivo

Sulla base delle informazioni ricevute, l'intermediario emittente 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'intermediario emittente su mercato di riferimento positivo e negativo effettivo; l'assenza di specifiche comunicazioni consisterà nella scelta da parte dell'intermediario emittente 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'intermediario emittente, 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 (MUP Modello Unico Precontrattuale) 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'intermediario emittente 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

In fase di emissione polizza, l'intermediario emittente ha il compito di controllare l'idoneità della polizza, in termini di completezza sottoscrizione, compilazione questionari e verifica POG mercato di riferimento.

12. RISERVATEZZA

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'intermediario 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

Sommari

1. Scopo
2. Campo d'applicazione
3. Riferimenti normativi
4. Definizioni
5. Vigilanza
6. Obblighi di informazione
7. Valutazione adeguatezza ed appropriatezza
8. Finanza sostenibile
9. Sistema di controlli interni
10. Allegati
11. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
5	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
4	08.01.2024	Recepimento Reg. Del. UE 2022/1288 e revisione annuale	Francesco Netti
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

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*
- Regolamento UE 2022/1288
- relativo alla dichiarazione sui principali effetti negativi delle decisioni di investimento e delle consulenze*

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.

Principali effetti negativi:

Indicatori che hanno lo scopo di identificare, mappare e monitorare i potenziali impatti negativi delle decisioni di investimento sugli aspetti ambientali, sociali o su questioni relative al rapporto con i dipendenti, al rispetto dei diritti umani e alla lotta alla corruzione attiva e passiva.

Intermediario: qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa.

Compagnia: Impresa assicurativa per conto della quale vengono distribuiti i prodotti assicurativi.

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 la relativa documentazione informativa precontrattuale (DIP) prevista dalle vigenti disposizioni.

L'intermediario si impegna ad utilizzare:

- le informative predisposte dalle compagnie di cui si distribuiscono i prodotti per garantire la correttezza delle informazioni;
- i questionari predisposti dalle compagnie di cui si distribuiscono i prodotti 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 futuri,
- informazioni sui risultati futuri,
- trattamenti fiscali individuali;
- fattori di sostenibilità del prodotto.

L'intermediario 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'intermediario 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'intermediario 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. 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:

- 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;
- la situazione finanziaria del cliente, tra cui la sua capacità di sostenere perdite;
- le conoscenze e l'esperienza del cliente;
- 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'intermediario 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'intermediario 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'intermediario, 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 di cui si distribuiscono i prodotti, 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'intermediario 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'intermediario 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.

8. Finanza sostenibile

In conformità alle previsioni dei Regolamenti UE 2019/2088 e 2022/1288 l'intermediario adotta:

- la Politica predisposta dall'impresa di cui si distribuiscono i prodotti, la quale prevede la predisposizione di idonea *informativa sulla sostenibilità finanziaria*;
- la dichiarazione sui principali effetti negativi delle consulenze sui fattori di sostenibilità.

L'intermediario 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; in tale processo, secondo quanto previsto dalla compagnia di cui si distribuiscono i prodotti, l'intermediario prende in considerazione anche i principali effetti negativi dell'attività di consulenza riguardanti i fattori di sostenibilità;
- mettere a disposizione nei locali l'informativa sulla sostenibilità ambientale, la Politica dell'impresa di cui si distribuiscono i prodotti ove richiesto e la dichiarazione sui principali effetti negativi delle consulenze sui fattori di sostenibilità informazioni indicante se nell'attività di consulenza l'intermediario prende in considerazione i principali effetti negativi o, alternativamente, i motivi per i quali non tengono in considerazione gli effetti negativi nell'attività di consulenza;
- pubblicare i documenti di cui al punto precedente anche nel proprio sito internet se presente;
- integrare nel proprio allegato 4, 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.

9. Sistema di controlli interni

L'agenzia si è dotata dei seguenti controlli al fine di verificare la conformità alle normative:

- Consegna allegato 4
- Compilazione questionari adeguatezza / appropriatezza
- Svolgimento servizio aggiuntivo ammissibilità incentivi

10. Allegati

Questionari e dichiarazioni di coerenza, adeguatezza, appropriatezza sono utilizzati quelli predisposti dall'impresa di assicurazione di cui si distribuiscono i prodotti.

- Dichiarazione effetti negativi consulenza d'Agenzia

11. Riservatezza

Il presente documento è stato elaborato dalla società K Partners srl in qualità di consulente Compliance dell'intermediario assicurativo 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
Sede legale: CORSO GARIBALDI 229/A- SOVERIA MANNELLI (CZ)

Dichiarazione sui principali effetti negativi delle consulenze in materia di investimenti sui fattori di sostenibilità

ai sensi del Reg. UE 2022/1288 che integra il Reg. UE 2019/2088

Valutazione dei principali effetti negativi di sostenibilità delle consulenze assicurative

Nel processo di intermediazione di prodotti di investimento assicurativi IBIPs l'intermediario considera i principali effetti negativi sui fattori di sostenibilità tramite la proposta al cliente di prodotti assicurativi con componente finanziaria i cui effetti negativi siano presidiati da un adeguato processo di dovuta diligenza volto a identificare, prevenire e mitigare tali effetti.

Per l'identificazione degli effetti negativi vengono utilizzate le informazioni trasmesse direttamente dal produttore al fine di distinguere prodotti IBIPs sostenibili, ovvero quei prodotti che con un grado di ambizione differente contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi ESG, da quelli non focalizzati sulla sostenibilità.

Risulta così possibile elaborare per i prodotti offerti in consulenza la presente dichiarazione circa l'effettiva - o in alternativa la mancata - considerazione degli effetti negativi relativi al clima e all'ambiente, quali le emissioni di gas a effetto serra, la biodiversità, le risorse idriche, i rifiuti e concernenti le questioni sociali e di tutela dei diritti umani e dei lavoratori, come la violazione dei principi del Global Compact delle Nazioni Unite e delle linee guida dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) destinate alle imprese multinazionali, il divario retributivo di genere e la diversità di genere.

L'intermediario, inoltre, in rispetto di quanto previsto dal produttore del quale si distribuiscono i prodotti e dalla normativa di riferimento, si impegna a non offrire prodotti relativi a società operanti in settori legati alla produzione di armi controverse, come le mine antiuomo, le munizioni a grappolo, le armi chimiche o biologiche, nonché gli investimenti caratterizzati da un elevato rischio di sostenibilità.

Operativamente, nello svolgimento della propria attività l'intermediario rispetta tale valutazione tramite l'utilizzo dei sistemi informatici e dei questionari messi a disposizione dai produttori, progettati per rilevare in modo dettagliato le eventuali preferenze di sostenibilità e ad arricchire il processo di erogazione del servizio di consulenza e di valutazione dei portafogli con le tematiche ESG.

Data, 10.02.2025

il titolare della ditta
MAIDA ANTONIO

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. Definizioni
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 controlli interni
11. Allegati e documenti di registrazione
12. Riservatezza

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
4	08-01-2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
3	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	09.01.2023	Aggiornamento periodico	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. Definizioni

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.

Intermediario: qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa.

Compagnia: Impresa assicurativa per conto della quale vengono distribuiti i prodotti assicurativi.

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'intermediario 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 della consegna del MUP - Modello Unico Precontrattuale. 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) indica chiaramente che le disposizioni organizzative e amministrative adottate 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 contrante 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 MUP 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:

- Divieto di partecipazioni a bandi se collegamento societario agenzia-broker.
- Blocco distribuzione contemporanea qualifica distributore-beneficiario con autorizzazione compagnia.
- Presenza informativa precontrattuale globale se più società

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 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
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
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
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;

Intermediario: qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa;

Compagnia: Impresa assicurativa per conto della quale vengono distribuiti i prodotti assicurativi;

«*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
 - 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
 - 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 controlli interni:

- Assenza di incentivi non ammissibili

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

10. Allegati e documenti di registrazione

ALLEGATO 1: Elenco altri incentivi

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.

ALLEGATO 1

ELENCO ALTRI INCENTIVI

Descrizione incentivo:	
Soggetto da cui sono percepiti:	_____
Tipologia di incentivo:	☐ Iniziale ☐ periodico
Classe incentivo	☐ Ricevuto ☐ erogato
Natura dell'incentivo:	☐ Monetario ☐ Non monetario
Metodo di calcolo:	_____
Valutazione ammissibilità	
Misure adottate	
Descrizione incentivo:	
Soggetto da cui sono percepiti:	_____
Tipologia di incentivo:	☐ Iniziale ☐ periodico
Classe incentivo	☐ Ricevuto ☐ erogato
Natura dell'incentivo:	☐ Monetario ☐ Non monetario
Metodo di calcolo:	_____
Valutazione ammissibilità	
Misure adottate	

PRO 10.2

Gestione reclami

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	SISTEMA DI CONTROLLI INTERNI
9	RISERVATEZZA

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	09.01.2023	Aggiornamento 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.

Le imprese preponenti comunicano all'agente interessato il riscontro fornito al reclamante, indicando contestualmente eventuali misure correttive idonee a rimuovere la causa del reclamo, anche al fine di:

- Effettuare l'analisi dei reclami di cui al punto 6;
- Fornire all'IVASS i dati relativi ai reclami ricevuti di cui al punto 7;
- Consentire all'agente di riportare i dati relativi ai reclami nel prospetto statistico di cui all'Allegato 2 del Regolamento ISVAP 24/08 alla fine di ciascun anno solare.

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: "Modulo unico precontrattuale (MUP) per i prodotti assicurativi" e Allegato 4: "Modulo unico precontrattuale (MUP) per i prodotti d'investimento assicurativi" (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.

I dati relativi ai reclami vengono riportati alla fine di ciascun anno solare nel prospetto statistico di cui all'Allegato 2 del Regolamento ISVAP 24/2008 come modificato dal Provv. N.61-2017.

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 al Regolamento ISVAP 24/2008 come modificato dal Provv. N.61-2017.

8. SISTEMA DI CONTROLLI INTERNI

L'agenzia si è dotata dei seguenti controlli interni:

- Presenza di specifico prospetto statistico laddove siano presenti reclami.

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.

ALLEGATI - DOCUMENTI DI REGISTRAZIONE

- Allegato 2 al Regolamento ISVAP 24/2008 come modificato dal Provv. n. 61 -2017

Gestione dei reclami ricevuti - Prospetto SEMESTRALE
(dati cumulati al SEMESTRE)

Impresa Semestre Anno

In valore assoluto

Numero di reclami ricevuti	Trattabili	
	Non trattabili	
	Totale	
Numero di reclami trattabili	Accolti	
	Evasi	
	Transatti	
	Respinti	
	In istruttoria	
Tempo medio di evasione*		
Numero reclami riaperti a seguito di ulteriori lamentele		
Numero di reclami riaperti accolti o transatti		
Numero contratti in essere **	Vita	
	RC Auto	
	Danni non RC Auto	
Per le sole imprese europee che operano in Italia in regime di libera prestazione dei servizi		
Premi lordi contabilizzati italiani (in migliaia di euro)	Vita	
	RC Auto	
	Danni non RC Auto	

*calcolato sommando i giorni intercorrenti tra la data di ricezione e quella di evasione dei reclami e dividendo per il numero dei reclami stessi.

** numero contratti in essere alla chiusura del semestre precedente. Per le polizze collettive vanno considerate le "teste assicurate"

Dati sulla gestione aggiuntivi da riportare solo nel prospetto del II semestre e relativi all'intera annualità.

Valore economico dei reclami (in valore assoluto)	
Numero delle questioni devolute all'Autorità Giudiziaria (in corso di trattazione o dopo l'evasione del reclamo)	

PRO 8.3

Whistleblowing segnalazione delle violazioni e processi di indagine

Sommario

1. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE
2. RIFERIMENTI NORMATIVI
3. TERMINI E DEFINIZIONI
4. ATTIVITA'
- 4.1 POLITICA AZIENDALE
- 4.2 RUOLI E RESPONSABILITA'
- 4.3 FORMAZIONE E TRASPARENZA
- 4.4 SEGNALAZIONE VIOLAZIONI
- 4.5 REGISTRAZIONE VIOLAZIONE
- 4.6 VALUTAZIONE DELLA SEGNALAZIONE ED AVVIO PROCESSO DI INDAGINE
- 4.7 PROCEDURA PROCESSI DI INDAGINE
5. CANALI DI SEGNALAZIONE
- 5.1 CANALE INTERNO
- 5.2 CANALE ESTERNO
- 5.3 DIVULGAZIONE PUBBLICA
- 5.4 DENUNCIA ALL'AUTORITA' GIUDIZIARIA O CONTABILE
6. APPLICABILITA'
7. SISTEMI DI CONTROLLI INTERNI
8. RISERVATEZZA

REVISIONI

Rev	Data	Descrizione	Steso e verificato da Addetto Revisione Interna
3	08.01.2025	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
2	08.01.2024	Aggiornamento periodico	Francesco Netti
1	16.10.2023	Recepimento D. Lgs. 24 del 10-03-2023	Francesco Netti

© Riproduzione riservata

1. Scopo e campo d'applicazione

Il presente documento definisce il Sistema di Gestione delle violazioni e delle segnalazioni (whistleblowing) effettuate da parte del personale, anche se cessato, per fatti verificatisi all'interno dell'organizzazione aziendale nel periodo in cui lo stesso ha esercitato l'attività presso l'intermediario, anche in forma diversa dal rapporto di lavoro subordinato.

2. Riferimenti normativi

Riferimento	anno	descrizione
Normativa UE ISO 37301	2022	STANDARD INTERNAZIONALE ISO 37301 FORNISCE LINEE GUIDA PER SISTEMI DI GESTIONE DELLA CONFORMITÀ EFFICACI
D. Lgs. 24 del 10-03-2023	2023	ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA (UE) 2019/1937 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO, DEL 23 OTTOBRE 2019, RIGUARDANTE LA PROTEZIONE DELLE PERSONE CHE SEGNALANO VIOLAZIONI DEL DIRITTO DELL'UNIONE E RECANTE DISPOSIZIONI RIGUARDANTI LA PROTEZIONE DELLE PERSONE CHE SEGNALANO VIOLAZIONI DELLE DISPOSIZIONI NORMATIVE NAZIONALI

3. Termini e definizioni

Violazione: Fatti o atti che possono costituire violazioni di norme di interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'agenzia;

Processo di indagine: Processo di valutazione, esame e consuntivazione dei rapporti relativi a istanze di non-compliance sospette o effettive;

RSISV: Responsabile dei Sistemi Interni di Segnalazione delle Violazioni, nominato dall'agenzia per la gestione interna delle violazioni;

SGC: Sistema di Gestione della Compliance;

Intermediario: qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa;

Compagnia: Impresa assicurativa per conto della quale vengono distribuiti i prodotti assicurativi.

4. Attività

4.1 Politica aziendale

La Politica Aziendale definita nel documento:

PA Politica Aziendale

comprende l'impegno dell'Organo amministrativo alla promozione della cultura della legalità e della trasparenza al fine di incentivare l'uso del meccanismo delle segnalazioni affinché l'intera organizzazione operi in un ambiente favorevole e propizio a incoraggiare le segnalazioni di possibili comportamenti illeciti o irregolari nella consapevolezza che le stesse saranno ricevute, analizzate e verificate con il necessario rigore e nel rispetto della riservatezza e della protezione dei dati personali del segnalante e del segnalato.

4.2 Ruoli e responsabilità

Responsabili attività intermediazione:

- approva la presente procedura, indicante il Sistema Interno di segnalazione delle violazioni (whistleblowing) e processi di indagine;

Responsabile dei Sistemi Interni di Segnalazione delle Violazioni (RSISV):

- svolge il ruolo di soggetto esterno, al quale è affidata la gestione del canale di segnalazione interna essendo in possesso dei seguenti requisiti:
 - o non essere gerarchicamente o funzionalmente subordinati all'eventuale soggetto segnalato;
 - o non essere lui stesso presunto responsabile della violazione segnalata;
 - o non avere un potenziale interesse correlato alla segnalazione delle violazioni tale da comprometterne l'imparzialità e l'indipendenza di giudizio;
 - o non partecipare all'adozione degli eventuali provvedimenti decisionali originati dalla segnalazione delle violazioni;
 - o avere l'obbligo di garantire la confidenzialità delle informazioni ricevute, anche in merito all'identità del segnalante che, in ogni caso, è opportunamente tutelato da ritorsioni, condotte discriminatorie o comunque comportamenti sleali conseguenti alla segnalazione.
- riceve direttamente le segnalazioni relative alle violazioni tentate, sospette o effettive da parte del personale interno;
- attiva la procedura di indagine a seguito della ricezione di una segnalazione, anche tramite l'ausilio dell'auditor interno di riferimento;
- trasmette al Responsabile attività intermediazione i risultati circa l'esito delle indagini effettuate

Auditor Interno:

- su richiesta del Responsabile dei Sistemi Interni di Segnalazione delle Violazioni, svolge le attività operative previste nei processi di indagine;
- riferisce le risultanze dei processi di indagine al Responsabile dei Sistemi Interni di Segnalazione delle Violazioni raccogliendo informazioni documentate.

4.3 Formazione e trasparenza

L'organo amministrativo in qualità di promotore della cultura della legalità e della trasparenza (coadiuvato dal RSISV) si impegna a garantire una specifica formazione ad ogni livello della struttura aziendale al fine di permettere la piena conoscenza delle procedure di segnalazione delle violazioni (whistleblowing) e di incoraggiare il personale a segnalare ogni possibile situazione di rischio, nonché a garantire che i destinatari delle segnalazioni trattino con confidenzialità l'identità del segnalante e del segnalato.

L'istruzione relativa alla procedura di "Segnalazione delle violazioni (whistleblowing)" è:

- Comunicata agli addetti in fase di inizio rapporto di collaborazione e periodicamente, con acquisizione della presa visione del documento;
- Inserita all'interno del corso "Regole Operative per la Distribuzione" in apposito paragrafo;
- Esposta e resa facilmente visibile nei luoghi di lavoro, nonché accessibili alle persone che, pur non frequentando i luoghi di lavoro, intrattengono un rapporto giuridico con l'agenzia.
- Resa disponibile sul sito internet del soggetto esterno incaricato dall'agenzia in una specifica sezione dedicata.

4.4 Segnalazione violazioni

4.4.1 Regime di applicabilità

Il D.Lgs. 24/23 si applica a tutte le agenzie che trattano polizze vite e sono quindi soggette alle normative in materia antiriciclaggio, nonché a chi applica i modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo D.Lgs. 231/01.

4.4.2 Chi può fare la segnalazione

Le segnalazioni possono essere effettuate da tutto il personale, anche in forma diversa dal rapporto di lavoro subordinato, che venga a conoscenza di condotte illecite o noncompliance per le quali è applicabile la presente procedura durante il rapporto lavorativo in essere, durante il periodo di prova, successivamente allo scioglimento del rapporto giuridico (se le informazioni sulle violazioni sono state acquisite nel corso del rapporto stesso) o, quando il rapporto giuridico non è ancora iniziato, se le informazioni sulle violazioni sono state acquisite durante il processo di selezione o in altre fasi precontrattuali.

Non possono essere effettuate delle segnalazioni da parte di altre società di intermediazione iscritte nelle sezioni A, B o D.

Qualora la segnalazione sia valutata come di competenza delle compagnie, il RSISV inviterà il segnalante ad inoltrarla direttamente alla compagnia secondo le modalità operative e le istruzioni fornite da quest'ultima.

4.4.3 Cosa si può segnalare

Comportamenti, atti od omissioni che ledono l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'agenzia e che consistono in:

- condotte illecite rilevanti ai sensi del decreto legislativo 231/2001, o violazioni dei modelli di organizzazione e gestione ivi previsti (laddove presente e attuato un MOG agenziale);
- illeciti che rientrano nell'ambito di applicazione degli atti dell'Unione europea o nazionali relativi ai seguenti settori: appalti pubblici; servizi, prodotti e mercati finanziari e prevenzione del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo; sicurezza e conformità dei prodotti; sicurezza dei trasporti; tutela dell'ambiente; radioprotezione e sicurezza nucleare; sicurezza degli alimenti e dei mangimi e salute e benessere degli animali; salute pubblica; protezione dei consumatori; tutela della vita privata e protezione dei dati personali e sicurezza delle reti e dei sistemi informativi;

4.4.4 Condizioni per la segnalazione

Nel momento in cui viene effettuata una segnalazione, questa deve essere in possesso dei requisiti di seguito elencati:

Ragionevolezza:

Al momento della segnalazione o della denuncia all'autorità giudiziaria o contabile o della divulgazione pubblica, la persona segnalante o denunciante deve avere un ragionevole e fondato motivo di ritenere che le informazioni sulle violazioni segnalate, divulgate pubblicamente o denunciate siano vere e rientrino nell'ambito della normativa

Modalità:

La segnalazione o divulgazione pubblica deve essere effettuata utilizzando i canali previsti (interno, esterno e divulgazione pubblica) secondo i criteri indicati al par. 5.

4.4.5 Divieto di ritorsione

Qualsiasi comportamento, atto od omissione, anche solo tentato o minacciato, posto in essere in ragione della segnalazione, della denuncia all'autorità giudiziaria o contabile, o della divulgazione pubblica e che provoca o può provocare, alla persona segnalante o alla persona che ha sporto la denuncia, in via diretta o indiretta, un danno ingiusto, da intendersi come danno ingiustificato.

L'ente che si occupa della valutazione dei comportamenti ritenuti ritorsivi è l'IVASS a cui spetta la ricezione delle comunicazioni del settore assicurativo e le conseguenti valutazioni dei comportamenti ritorsivi.

La protezione dalle ritorsioni si intende estesa ad altri soggetti quali:

- al facilitatore (persona fisica che assiste il segnalante nel processo di segnalazione e operante all'interno del medesimo contesto lavorativo);
- alle persone del medesimo contesto lavorativo della persona segnalante, di colui che ha sporto una denuncia o di colui che ha effettuato una divulgazione pubblica e che sono legate ad essi da uno stabile legame affettivo o di parentela entro il quarto grado;
- ai colleghi di lavoro della persona segnalante o della persona che ha sporto una denuncia o effettuato una divulgazione pubblica, che lavorano nel medesimo contesto lavorativo della stessa e che hanno con detta persona un rapporto abituale e corrente;
- agli enti di proprietà della persona segnalante o per i quali le stesse persone lavorano nonché agli enti che operano nel medesimo contesto lavorativo delle predette persone.

4.5 Registrazione violazione

Il RSISV ricevuta la segnalazione della violazione, provvede alla sua catalogazione, mediante numerazione progressiva e suddivisa separatamente tra anonime e nominative, tramite registrazione sul documento:

Allegato 2 - Registro segnalazione violazioni.

Le segnalazioni ricevute e il relativo registro sono conservate in base alla normativa vigente in materia di protezione dati personali, tenuto conto dei principi di proporzionalità, pertinenza, non eccedenza e ragionevolezza.

Le segnalazioni, interne ed esterne, e la relativa documentazione sono conservate per il tempo necessario al trattamento della segnalazione e comunque non oltre i cinque anni a decorrere dalla data della comunicazione dell'esito finale della procedura di segnalazione.

Il RSISV, essendo esterno all'agenzia, garantisce il trattamento della segnalazione e la conduzione del relativo processo di indagine in modo indipendente e senza conflitti di interesse, pur essendo in possesso delle competenze necessarie all'effettuazione delle relative valutazioni.

4.6 Valutazione della segnalazione ed avvio processo di indagine

Le segnalazioni delle violazioni sono vagliate, accertate e verificate dal RSISV allo scopo di enucleare la presenza di un ragionevole presupposto di fondatezza o di attendibilità con riferimento alla possibilità di attivare in concreto verifiche circa i fatti segnalati, dando luogo a dei processi di indagine interni.

Qualora dalle informazioni in possesso non sia possibile valutare la fondatezza o per qualsiasi motivo si renda necessaria una verifica più approfondita, il RSISV può delegare l'Auditor Interno relativamente alla raccolta delle informazioni e delle evidenze relative alle violazioni tentate, sospette o effettive, così da poter valutare in modo equo ed imparziale la segnalazione.

Nei casi in cui la genericità delle segnalazioni non consenta di avviare una verifica, il RSISV procede all'archiviazione, previo riscontro al segnalante.

4.7 Procedura processi di indagine

Verifica della violazione

Il processo di indagine da parte del RSISV (o dell'Internal Auditor qualora delegato) avviene mediante:

- Intervista di addetti dell'agenzia o dei responsabili;
- Intervista a contraenti;
- Acquisizione di documenti.

Nel caso di avviamento dell'indagine da parte del soggetto incaricato, questi fornirà specifica informativa privacy all'agenzia contenente indicazioni sulla tipologia, le finalità e le modalità con cui verranno trattati i dati raccolti.

Dopo aver ottenute le informazioni necessarie, o in alternativa, aver appurato l'impossibilità del reperimento delle stesse, il RSISV procede a catalogare la violazione come:

- Noncompliance effettiva: qualora venga appurata una violazione degli obblighi o della politica della compliance;
- Non compliance sospetta: qualora non si possa dare un giudizio univoco sull'avvenuta violazione o il processo di indagine si sia interrotto a causa della mancanza di evidenze.

Comunicazione dei risultati d'indagine e chiusura segnalazione

In seguito alla verifica, il RSISV elabora il documento:

Allegato 3 - Rapporto di Indagine

in cui lo stesso evidenzia le segnalazioni ricevute, il risultato del processo di indagine ed il nominativo dell'addetto che ha eventualmente commesso la violazione.

Il Rapporto di indagine viene poi inviato al Responsabile/i dell'attività di intermediazione, con richiesta di attuazione delle azioni entro i tempi stabiliti (laddove necessarie), per ripristinare la conformità dei prodotti/servizi interessati, anche procedendo, ove opportuno alla relativa informazione al contraente/interessato e, laddove presente ed attuato un MOG agenziale, al relativo OdV.

Una volta completata la procedura di indagine, il segnalante (qualora la segnalazione non sia stata anonima) ed il segnalato vengono notificati dell'esito della procedura di indagine ed informati sul seguito della segnalazione della violazione.

Qualora il segnalante sia corresponsabile della violazione, allo stesso spetterà un trattamento privilegiato rispetto agli altri corresponsabili.

Con la consegna del Rapporto di indagine al responsabile dell'attività di intermediazione, la segnalazione ed il conseguente processo di indagine può considerarsi concluso.

Le comunicazioni tra le parti devono avvenire in modo tale da:

- garantire la riservatezza e la protezione dei rapporti di segnalazione e dei dati personali del segnalante e del segnalato ai sensi del regolamento UE n. 679/2016, salva la possibilità di rivelare l'identità del segnalante solo previo consenso o quando la conoscenza è indispensabile per la difesa del segnalato;
- proteggere il segnalante da qualsiasi azione o comportamento discriminatorio, ritorsivo o comunque sleale conseguente alla segnalazione delle violazioni;
- proteggere il segnalato da delazioni volte solo a danneggiare la reputazione dello stesso;
- evitare situazioni in cui il segnalante possa abusare della procedura per ottenere vantaggi personali;
- consentire al personale di ricevere assistenza nel processo di segnalazione;
- garantire che i procedimenti disciplinari non possano basarsi esclusivamente sulla segnalazione delle violazioni.

Nello svolgimento di un'indagine e di qualsiasi azione successiva, l'Organizzazione pondera fattori quali:

- Le leggi vigenti;
- La sicurezza del personale;
- Il rischio di diffamazione nel rilasciare dichiarazioni;
- La tutela delle persone che fanno segnalazioni e di altri coinvolti o menzionati nella segnalazione;
- Potenziali responsabilità penali, civili e amministrative, perdite finanziarie e danni alla reputazione per l'organizzazione e gli individui;
- Qualunque obbligo giuridico o beneficio per l'organizzazione da segnalare alle autorità;
- Il mantenimento del segreto sulla questione e sull'indagine finché non si siano accertati i fatti;
- La necessità dell'alta direzione di richiedere la piena collaborazione da parte dei membri del personale coinvolti nell'indagine.

5. Canali di segnalazione

Le segnalazioni possono essere effettuate nei confronti di:

- Delegati assicurativi;
- Dipendenti agenziali;
- Collaboratori agenziali.

Il segnalante deve fornire ogni elemento utile a consentire le verifiche a riscontro della fondatezza dei fatti segnalati. A tal fine la segnalazione deve contenere i seguenti elementi:

- una chiara e completa descrizione dei fatti oggetto di segnalazione;
- le circostanze di tempo e di luogo in cui i fatti sono stati commessi;
- le generalità o, se non disponibili, altri elementi che consentano di identificare il soggetto che avrebbe posto in essere i fatti segnalati
- l'indicazione di eventuali altri soggetti che possono riferire sui fatti oggetto di segnalazione;
- l'indicazione di eventuali documenti che possono confermare la fondatezza di tali fatti;
- ogni altra informazione o documento pertinente ai fatti segnalati.

I canali tramite il quale è possibile segnalare le violazioni sono i seguenti:

5.1 Canale interno

Il RSISV, in qualità di soggetto esterno al quale è affidata la gestione del canale di segnalazione interna provvederà a svolgere le seguenti attività:

- rilascia alla persona segnalante avviso di ricevimento della segnalazione entro sette giorni dalla data di ricezione;
- mantiene le interlocuzioni con la persona segnalante (qualora la segnalazione non sia stata effettuata in forma anonima) e può richiedere a quest'ultima integrazioni qualora necessario;
- dà diligente seguito alle segnalazioni ricevute;
- fornisce riscontro alla segnalazione entro tre mesi dalla data di ricevimento o, in mancanza di tale avviso, entro tre mesi dalla scadenza del termine di sette giorni dalla presentazione della segnalazione;
- mette a disposizione in una sezione dedicata del proprio sito internet (<https://www.kpartners.it/segnalazione-delle-violazioni-2/>) informazioni chiare sul canale, sulle procedure e sui presupposti per effettuare le segnalazioni interne, nonché sul canale, sulle procedure e sui presupposti per effettuare le segnalazioni esterne.

Il soggetto che intende effettuare una segnalazione può portare a conoscenza il RSISV della violazione rilevata, utilizzando una delle seguenti modalità:

5.1.1 Segnalazioni effettuate in forma scritta

1. Compilando il documento

Allegato 1 - Modulo per la segnalazione delle violazioni (whistleblowing)

Il modulo debitamente compilato dovrà essere inviato a mezzo posta al RSISV (al fine di garantire l'anonimato, non saranno accettate Raccomandate A/R) all'indirizzo:

Via dei mestieri, 39 - 62014 Corridonia (MC).

Per poter usufruire della garanzia della riservatezza ed effettuare la segnalazione in modalità anonima occorre applicare le seguenti indicazioni:

- o Non compilare la sezione "DATI DEL SEGNALANTE";
- o Non indicare il mittente;
- o L'invio dovrà essere effettuato tramite doppia busta chiusa e dovrà recare all'esterno la dicitura "riservata al Responsabile dei Sistemi Interni di Segnalazione delle Violazioni (RSISV)".

Scegliendo questo canale il segnalatore fornisce implicitamente il consenso al trattamento dati come specificato nell'informativa privacy consultabile al seguente link:

<https://www.kpartners.it/wp-content/uploads/2023/10/Informativa-form-segnalazioni-violazioni.pdf>

2. Compilando il FORM anonimo presente sul sito:

<https://www.kpartners.it/segnalazione-delle-violazioni/>

Per poter usufruire della garanzia della riservatezza ed effettuare la segnalazione in modalità anonima occorre applicare le seguenti indicazioni:

- o Non compilare le sezioni "MAIL" e "TELEFONO".

Entrambe le procedure garantiscono la possibilità di effettuare una segnalazione in forma anonima, senza quindi indicare le generalità del soggetto.

Il nominativo del segnalante potrà essere comunicato solo all'autorità giudiziaria in seguito a denuncia da parte di terzi.

Saranno in questo caso prese in considerazione le segnalazioni presentanti elementi adeguatamente circostanziati, relative a fatti di particolare gravità ed in possesso dei requisiti di ragionevolezza e modalità specificati al punto 4.4.3.

5.1.2 Segnalazioni effettuate in forma orale

1. Richiedendo un incontro in chiamata telefonica registrata con il RSISV tramite la compilazione del FORM presente sul sito:

<https://www.kpartners.it/segnalazione-delle-violazioni/>

Il modulo va compilato specificando in corrispondenza della sezione “Descrizione del fatto” la richiesta di concordare una chiamata telefonica registrata con il RSISV per effettuare una segnalazione orale relativa ad una presunta violazione.

In tal caso è necessario che il segnalante fornisca numero di telefono ed indirizzo email per poter dar seguito alla richiesta di contatto entro un termine ragionevole e poter poi registrare e conservare la segnalazione ai sensi del regolamento.

Per la segnalazione verrà quindi utilizzato un sistema di messaggistica vocale registrato.

La segnalazione, previo consenso della persona segnalante, è documentata a cura del personale addetto mediante registrazione su dispositivo idoneo alla conservazione ed all’ascolto.

Il nominativo del segnalante potrà essere comunicato solo all'autorità giudiziaria in seguito a denuncia da parte di terzi.

5.2 Canale esterno

In questo caso la segnalazione in materia di Antiriciclaggio dovrà essere presentata secondo le istruzioni applicative rese disponibili da IVASS e verrà gestita secondo le modalità e le tempistiche previste dall'IVASS stessa.

Per quando riguarda le segnalazioni relative all'applicazione di un MOG agenziale (laddove questo sia presente ed attuato), le stesse andranno indirizzate all'Autorità Pubblica Giudiziaria.

I segnalanti possono utilizzare il canale esterno quando:

- non è prevista, nell’ambito del contesto lavorativo, l’attivazione obbligatoria del canale di segnalazione interna ovvero questo, anche se obbligatorio, non è attivo o, anche se attivato, non è conforme a quanto richiesto dalla legge;
- la persona segnalante ha già effettuato una segnalazione interna e la stessa non ha avuto seguito;
- la persona segnalante ha fondati motivi di ritenere che, se effettuasse una segnalazione interna, alla stessa non sarebbe dato efficace seguito ovvero che la stessa segnalazione potrebbe determinare un rischio di ritorsione;
- la persona segnalante ha fondato motivo di ritenere che la violazione possa costituire un pericolo imminente o palese per il pubblico interesse.

5.3 Divulgazione pubblica

Tramite la stampa, mezzi elettronici o mezzi di diffusione in grado di raggiungere un numero elevato di persone).

I segnalanti possono ricorrere alla divulgazione pubblica qualora ricorra una delle seguenti condizioni:

- il segnalante ha previamente effettuato una segnalazione interna ed esterne (o direttamente una segnalazione esterna) secondo le modalità contenute in questa procedura e non è stato dato riscontro entro i termini previsti in merito alle misure previste o adottate per dar seguito alle segnalazioni;
- il segnalante ha fondato motivo di ritenere che la violazione possa costituire un pericolo imminente o palese per il pubblico interesse;
- il segnalante ha fondato motivo di ritenere che la segnalazione esterna possa comportare il rischio di ritorsioni o possa non avere efficace seguito in ragione delle specifiche circostanze del caso concreto, come quelle in cui possano essere occultate o distrutte prove oppure in cui vi sia fondato timore che chi ha ricevuto la segnalazione possa essere colluso con l'autore della violazione o coinvolto nella violazione stessa.

5.4 Denuncia all'autorità giudiziaria o contabile

La denuncia all'autorità giudiziaria o contabile dovrà avvenire secondo le modalità e le istruzioni fornite dalla stessa Autorità competente.

6. Applicabilità

La presente agenzia, sulla base della valutazione dei requisiti previsti dal Regolamento IVASS in vigore (di cui al punto 4.4.1), dichiara di aver attivato i canali di segnalazione interno ed esterno.

7. Sistema di controlli interni

L'intermediario si è dotata dei seguenti controlli interni:

- Controllo circa l'esposizione nei locali del QR code contenente tutte le indicazioni per effettuare una segnalazione

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.

ALLEGATI - DOCUMENTI DI REGISTRAZIONE

Allegato 1 - Modulo di segnalazione delle violazioni (whistleblowing)

Allegato 2 - Registro segnalazione violazioni

Con allegato:

- Copia segnalazione originaria della violazione;
- Feedback di ritorno al segnalante;
- Comunicazioni tra le varie figure coinvolte nel processo di indagine.

Allegato 3 - Rapporto di Indagine

Allegato 4 - Locandina Segnalazione violazioni

ALLEGATO 1

MODULO SEGNALAZIONE VIOLAZIONI

DATI DEL SEGNALANTE (facoltativo)

NOME DEL SEGNALANTE	
COGNOME DEL SEGNALANTE	
CODICE FISCALE	
QUALIFICA ATTUALE	
QUALIFICA ALL'EPOCA DEL FATTO	
TELEFONO	
EMAIL	

Allegare all'email (oltre al presente modulo) la copia di un documento di riconoscimento del segnalante.

DATI E INFORMAZIONI SEGNALAZIONE VIOLAZIONI

AGENZIA IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
PERIODO IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
DATA IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
LUOGO FISICO IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
SOGGETTO CHE HA COMMESSO IL FATTO nome, cognome, qualifica	
EVENTUALI SOGGETTI PRIVATI COINVOLTI	
EVENTUALI IMPRESE COINVOLTE	
MODALITA' CON CUI E' VENUTO A CONOSCENZA DEL FATTO	
EVENTUALI ALTRI SOGGETTI CHE POSSONO RIFERIRE SUL FATTO nome, cognome, qualifica	
TIPO DI VIOLAZIONE CONTESTATA: t: tentata s: sospetta e: effettiva	

DESCRIZIONE DEL FATTO:

LA CONDOTTA E' ILLECITA PERCHE'

**IL SEGNALANTE DICHIARA DI AVERE UN INTERESSE PRIVATO COLLEGATO ALLA
SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI:**

- ☐ SI**
- ☐ NO**

Allegare all'email (oltre al presente modulo) l'eventuale documentazione a corredo della denuncia.

Il segnalante è consapevole delle responsabilità e delle conseguenze civili e penali previste in caso di dichiarazioni mendaci e/o formazione o uso di atti falsi, anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 76 del d.P.R. 445/2000.

Allegato 2

REGISTRO SEGNALAZIONE VIOLAZIONI

N.	NOME E COGNOME DEL RECLAMANTE	SEGNALAZIONE RICEVUTA A MEZZO	TIPO DI VIOLAZIONE T: tentata S: sospetta E: effettiva	DATA RICEZIONE SEGNALAZIONE (gg-mm-aaaa)	DATA INVIO RAPPORTO DI INDAGINE (gg-mm-aaaa)
1	 ☐ Segnalazione anonima	☐ posta ☐ form sito ☐ orale			
2	 ☐ Segnalazione anonima	☐ posta ☐ form sito ☐ orale			
3	 ☐ Segnalazione anonima	☐ posta ☐ form sito ☐ orale			

Allegato 3

RAPPORTO DI INDAGINE

DATI E INFORMAZIONI SEGNALAZIONE PREOCCUPAZIONI

PERIODO IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
DATA IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
LUOGO FISICO IN CUI SI E' VERIFICATO IL FATTO	
SOGGETTO CHE HA COMMESSO IL FATTO nome, cognome, qualifica	
EVENTUALI SOGGETTI PRIVATI COINVOLTI	
EVENTUALI IMPRESE COINVOLTE	
MODALITA' CON CUI E' VENUTO A CONOSCENZA DEL FATTO	
EVENTUALI ALTRI SOGGETTI CHE POSSONO RIFERIRE SUL FATTO nome, cognome, qualifica	
TIPO DI VIOLAZIONE CONTESTATA: t: tentata s: sospetta e: effettiva	
DATA RICEZIONE SEGNALAZIONE	

DESCRIZIONE DEL FATTO:**LA CONDOTTA E' ILLECITA PERCHE'****ARCHIVIAZIONE SEGNALAZIONE**

DATA ARCHIVIAZIONE SU REGISTRO SEGNALAZIONI	
VALUTAZIONE FATTIBILITA' PROCESSO DI INDAGINE	() Processo indagine possibile () Processo indagine impossibile () Processo indagine non necessario () Altro _____
ADDETTO INCARICATO ALLA GESTIONE DELLA SEGNALAZIONE	() Addetto Compliance di Sistema () Auditor Interno: _____
TIPO DI INDAGINE	() Intervista di addetti dell'agenzia o dei responsabili () Intervista a contraenti () Acquisizione di documenti

Al presente documento vengono allegati i risultati ottenuti dalle verifiche effettuate in agenzia, nonché qualsiasi tipo di documento reperito nell'effettuazione della presente indagine.

RISULTATI INDAGINE

RISULTATO INDAGINE e: noncompliance effettiva s: noncompliance sospetta	
--	--

NOTE

MAIDA ANTONIO
CORSO GARIBALDI 229/A - SOVERIA MANNELLI (CZ)

A tutti i dipendenti e collaboratori

Come Segnalare una violazione
alle normative in materia antiriciclaggio
(D. Lgs. 24/23)

contattare il Responsabile del Sistema Interno di Segnalazione delle Violazioni

ing. Francesco Netti

tramite istruzioni presenti sul sito:

<https://www.kpartners.it/segnalazione-delle-violazioni/>

