

Proposta di Regolamento delegato, Direttiva IDD – consultazione della Commissione europea

Premessa.

La Commissione europea ha aperto una consultazione (scadenza: 17 agosto 2017) dedicata alla bozza di Regolamento delegato riportante le misure di esecuzione della direttiva sulla distribuzione assicurativa (IDD) in tema di *product governance*. **3**

Tale consultazione era stata preceduta da altre consultazioni tenute da EIOPA, a cui ANASF aveva partecipato.

Le norme oggetto di consultazione riproducono analoghe disposizioni di cui agli atti delegati MiFID II (le differenze rispetto alla MiFID sono evidenziate in **rosso**).

Capo I Disposizioni generali

Art. 2. Ambito di applicazione.

1. Il Regolamento si applica alle imprese di assicurazione e agli intermediari assicurativi che realizzano prodotti assicurativi per la vendita ai clienti (**produttori**) nonché ai **distributori** assicurativi che prestano consulenza o propongono prodotti assicurativi non di loro produzione.

Art. 3. Produttori di prodotti assicurativi.

1. [...] gli intermediari assicurativi si considerano “produttori” laddove un’analisi complessiva della loro attività dimostra che essi hanno **un ruolo chiave dal punto di vista decisionale nel progettare e sviluppare un prodotto assicurativo** per il mercato.

2. Si presume che tale ruolo decisionale sussista, in particolare, se l’intermediario assicurativo determina autonomamente gli elementi e le caratteristiche principali di un prodotto assicurativo, compresi la copertura, i costi, i rischi, il mercato target, i diritti di compensazione o garanzia che non sono stati modificati sostanzialmente dall’impresa assicurativa che fornisce la copertura per il prodotto assicurativo.

3. La personalizzazione e l’adattamento di prodotti assicurativi esistenti nel corso delle attività di distribuzione assicurativa a singoli clienti [...] **non si considerano attività di produttore**. [...]

4. Un intermediario assicurativo o un’impresa assicurativa che siano entrambi considerati “produttore ... definiscono in un **accordo scritto** la loro collaborazione per adempiere agli obblighi relativi al produttore [...], le procedure attraverso le quali si accordano sull’identificazione del mercato target e sui loro rispettivi ruoli nel processo di approvazione del prodotto.

Possibile risposta ANASF (art. 3, par. 3)

Concordiamo con il par. 3 dell'art. 3: le attività relative alla personalizzazione e all'adattamento dei prodotti assicurativi esistenti, nel corso delle attività di distribuzione assicurativa al singolo cliente, non devono essere considerate attività di produzione (*manufacturing*).

Capo II**Obblighi di *product governance* per i produttori****Art. 4. Processo di approvazione del prodotto.**

1. I produttori stabiliscono, implementano e rivedono il processo di approvazione del prodotto per i prodotti assicurativi di nuova progettazione e per gli adattamenti significativi di ogni prodotto assicurativo esistente. Questo processo deve comprendere procedure e misure volte a **progettare**, monitorare, rivedere e distribuire i prodotti, **nonché** ad assumere **interventi** rispetto ai prodotti che possono recare danno ai clienti. Le misure e le procedure sono **proporzionate** al livello di complessità e ai rischi del prodotto, nonché alla natura, scala e complessità dell'attività rilevante del produttore.

2. Il processo di approvazione del prodotto deve essere esposto in un documento scritto ("politica di governo e controllo del prodotto") che deve essere reso disponibile al personale rilevante.

3. Il processo di approvazione del prodotto deve:

- a) garantire che la progettazione dei prodotti assicurativi:
 - i) tenga conto degli obiettivi, interessi e caratteristiche dei clienti;
 - ii) non impatti negativamente sui clienti;
 - iii) prevenga o mitiga i danni ai clienti;
- b) supportare una gestione appropriata dei conflitti di interesse.

6. I produttori devono rivedere regolarmente il loro processo di approvazione del prodotto per garantire che il processo sia ancora valido e aggiornato. Devono modificare il processo ove necessario.

Art. 5. Mercato target.

1. Il processo di approvazione del prodotto identifica il mercato target per ogni prodotto assicurativo e il gruppo di clienti rispetto ai quali il prodotto risulta compatibile. Il mercato target deve essere individuato a **un livello sufficientemente granulare** in base alle caratteristiche, al profilo di rischio, alla complessità e alla natura del prodotto assicurativo.

2. I produttori possono, in particolare con riferimento ai prodotti di investimento assicurativi, identificare i gruppi di clienti per le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi il prodotto non è generalmente compatibile.

3. I produttori devono progettare e commercializzare solo prodotti assicurativi che sono compatibili esigenze, caratteristiche e obiettivi dei **clienti che appartengono al mercato target**. Quando valutano se un prodotto assicurativo è compatibile con un mercato target, **i produttori devono tenere conto del livello di informazioni disponibili per i clienti che appartengono a quel mercato target e alla loro alfabetizzazione finanziaria**.

4. Il produttore assicura che **il personale**, coinvolto nella progettazione e nella produzione di prodotti, possieda le necessarie competenze, conoscenze ed expertise per comprendere in modo appropriato i prodotti venduti e gli interessi, obiettivi e caratteristiche dei clienti che appartengono al mercato target.

Possibile risposta ANASF (art. 5)

L'art. 5 raggiunge un buon equilibrio con i corrispondenti obblighi MiFID II. In particolare, apprezziamo l'inclusione di un obbligo che non è espressamente previsto nella disciplina MiFID II: "Quando valutano se un prodotto assicurativo è compatibile con un mercato target, i produttori devono tenere conto del livello di informazioni disponibili per i clienti che appartengono a quel mercato target e alla loro alfabetizzazione finanziaria".

Riteniamo tuttavia necessario inserire una disposizione analoga a quella riportata nella direttiva delegata MiFID II (n. 593/2017): ai sensi dell'art. 9, par. 12, della direttiva le imprese di investimento tengono conto della **struttura delle commissioni** proposta per lo strumento finanziario, ivi incluso l'esame della sua trasparenza e della sua compatibilità con le aspettative di rendimento e i bisogni, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato target. Né la direttiva 2016/97/UE (IDD), né la bozza di Regolamento in consultazione prevedono obblighi analoghi: questa assenza, plausibilmente, crea un caso di incoerenza nella regolazione tra IDD e MiFID II.

Art. 6. Test del prodotto.

1. Il produttore svolge un test appropriato del prodotto assicurativo che include, ove rilevante, analisi di scenario prima di lanciare sul mercato un prodotto o di adattarlo in modo significativo, o qualora il mercato target sia mutato significativamente. Il test del prodotto valuta se il prodotto assicurativo nel corso della sua vita è in linea con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche identificati del mercato target. [...]

Art. 7. Monitoraggio del prodotto e revisione.

1. Il produttore monitora su base continua e riesamina regolarmente il prodotto che hanno lanciato sul mercato ⁽¹⁾ per identificare eventi che potrebbero materialmente impattare sulle principali caratteristiche, sulla copertura dal rischio e sulle garanzie del prodotto.

¹ Alla luce dell'ampia gamma di prodotti offerti, nonché delle differenze tra imprese, le Autorità europee non hanno ritenuto opportuno specificare una frequenza esatta del riesame valido per tutti i produttori, lasciando piuttosto che sia ciascun produttore a fare le proprie valutazioni.

Il produttore valuta se il prodotto continua a essere allineato con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato target identificato e se il prodotto viene distribuito al mercato target, oppure se sta raggiungendo clienti al di fuori del mercato target.

2. Il produttore determina intervalli appropriati per il riesame regolare dei loro prodotti assicurativi, tenendo conto della dimensione, della portata, della durata contrattuale e della complessità del prodotto assicurativo, dei loro rispettivi canali distributivi [...]

Art. 8. Canali di distribuzione.

1. Il produttore seleziona attentamente i canali di distribuzione che sono appropriati per il mercato target, considerando le particolari caratteristiche del prodotto.

2. I produttori forniscono ai distributori assicurativi tutte le informazioni appropriate sui prodotti assicurativi il mercato target identificato e la strategia di distribuzione suggerita, incluse informazioni [...]. Le informazioni devono essere chiare, complete e aggiornate.

3. Le informazioni di cui al par. 2 devono consentire al distributore di:

- a) comprendere il prodotto assicurativo;
- b) comprendere il mercato target identificato;
- c) identificare qualsiasi cliente per cui il prodotto assicurativo non è compatibile con le loro esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche;
- d) svolgere le attività di distribuzione assicurativa ... rispettando l'obbligo di servire al meglio gli interessi dei loro clienti.

4. Il produttore assume tutte le misure appropriate per monitorare che i distributori assicurativi agiscano conformemente agli obiettivi del processo di approvazione del prodotto dei produttori. I produttori devono in particolare verificare regolarmente se i prodotti assicurativi sono distribuiti al mercato target identificato. [...]

Capo III

Obblighi di *product governance* per i distributori

Art. 10. Dispositivi per la distribuzione dei prodotti.

1. Il distributore assicurativo implementa **dispositivi di distribuzione del prodotto** con le misure e le procedure appropriate per ottenere dal produttore tutte le informazioni appropriate sui prodotti assicurativi che hanno intenzione di offrire ai loro clienti e per comprendere pienamente questi prodotti, tenendo conto del livello di complessità e dei rischi associati ai prodotti così come la natura, la dimensione e la complessità dell'ambito di attività rilevante per il distributore.

I distributori devono stabilire i dispositivi di distribuzione del prodotto in un documento scritto e renderlo disponibile al loro personale rilevante.

2. I dispositivi per la distribuzione dei prodotti devono:

- a) prevenire o mitigare i danni ai clienti;

- b) supportare una gestione appropriata dei conflitti di interesse;
- c) tenere conto degli obiettivi, interessi e caratteristiche dei clienti;

[...] **4.** Qualsiasi specifica strategia distributiva impostata o applicata dai distributori assicurativi deve essere coerente con la strategia distributiva impostata e con il mercato target identificato dal produttore.

6. Il distributore assicurativo rivede regolarmente i **dispositivi di distribuzione del prodotto** per assicurare che siano ancora validi e aggiornati. Li modifica ove appropriato. I distributori assicurativi che hanno stabilito e applicato una specifica strategia di distribuzione devono, ove appropriato, modificare tale strategia in ragione del risultato della revisione dei dispositivi di distribuzione del prodotto. Quando rivedono i dispositivi di distribuzione del prodotto i distributori assicurativi verificano che i prodotti assicurativi sono distribuiti al mercato target identificato.

Il distributore determina intervalli appropriati per il riesame regolare dei dispositivi di distribuzione del prodotto, tenendo conto della dimensione, della portata, della complessità del prodotto assicurativo in questione.

Al fine di supportare le revisioni del prodotto da parte dei produttori, a richiesta, i distributori forniscono al produttore informazioni sulle vendite incluso, ove appropriato informazioni sul proprio riesame regolare dei dispositivi di distribuzione del prodotto.

Possibile risposta ANASF (art. 10)

Riteniamo necessario integrare l'art. 10 con la seguente norma:

I distributori assicurativi garantiscono che il personale coinvolto sia in possesso delle competenze, conoscenze ed expertise necessarie per comprendere in modo appropriato i prodotti venduti e gli interessi, obiettivi e caratteristiche dei clienti che appartengono al mercato target.

Tale integrazione consentirebbe di armonizzare gli obblighi per i distributori IDD agli obblighi previsti per: i) i produttori assicurativi (art. 5, par. 4, di questo Regolamento); ii) i distributori MiFID II (direttiva delegata n. 593/2017, art. 10, par. 7)

Art. 11. Informare i produttori.

I distributori assicurativi i quali rilevino che un prodotto assicurativo non è allineato con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato target identificato o che vi siano altre circostanze legate al prodotto che possano danneggiare il cliente informano senza indugio il produttore e, ove appropriato, modifica la strategia di distribuzione per quel prodotto.