

## **POG - Product Oversight Governance** **Politica distributiva**

Documento contenente i criteri per la definizione dei meccanismi e presidi di distribuzione dei prodotti assicurativi da parte di BIG Insurance Brokers s.r.l. ai sensi dell'art. 121-bis del D. Lgs. 209/2005, delle norme di attuazione di cui al Regolamento IVASS n. 45/2020, nonché dell'art. 10 del Regolamento Delegato UE n. 2358/20.

### 1. INTRODUZIONE E PRINCIPI GENERALI, QUADRO NORMATIVO E DI RIFERIMENTO

Il presente documento sui meccanismi di distribuzione del prodotto (per sintesi definito "Politica POG" dell'intermediario) è adottato BIG Insurance Brokers s.r.l. (di seguito il "Broker") e ha l'obiettivo di definire apposite misure e procedure per ottenere dalle imprese assicurative con le quali il Broker ha una lettera di collaborazione per la distribuzione di prodotti assicurativi (di seguito, "Prodotto" o, al plurale, "Prodotti") tutte le informazioni riguardanti i prodotti assicurativi oggetto di tale attività di distribuzione. La presente Politica POG è redatta in base a quanto previsto dall'art. 25 della Direttiva 2016/97/UE sulla distribuzione assicurativa (di seguito, "IDD"), così come attuato dal Regolamento Delegato (UE) 2358/2017 (di seguito, "Regolamento Delegato POG"), direttamente applicabile nell'ordinamento italiano, nonché dall'art. 121-bis del D. Lgs. 209/2005 (di seguito, "Codice delle Assicurazioni Private" o "CAP") e dal Regolamento IVASS n. 45/2020 ("Regolamento 45").

In base a tale normativa:

- le Imprese di assicurazione hanno l'obbligo di elaborare e attuare un processo di approvazione per ciascun prodotto assicurativo e per ogni modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, prima che sia commercializzato o distribuito ai clienti. Tale processo di approvazione, denominato Product Oversight and Governance ("POG"), deve essere proporzionato e adeguato alla natura dei prodotti distribuiti ed è sottoposto a regolare riesame da parte della compagnia/produttore;
  - i distributori assicurativi quali i Broker devono essere informati in merito al processo POG di ciascuna compagnia con la quale esiste accordo di collaborazione e adottare misure e procedure tali da ottenere dalle compagnie tutte le informazioni appropriate sulle principali caratteristiche del prodotto assicurativo che il Broker intende offrire ai clienti, il relativo processo di approvazione, il mercato di riferimento, i rischi e i costi, anche impliciti, e la strategia distributiva (inclusa ogni circostanza che possa causare un conflitto di interesse a danno del cliente), nonché ogni altra informazione utile a individuare i clienti per i quali il prodotto è stato ideato e/o i gruppi di clienti per i quali il prodotto risulti generalmente non compatibile.
- Finalità principale delle predette previsioni è quella di consentire al Broker di esercitare l'attività di distribuzione nel miglior interesse del cliente.

A livello nazionale, i requisiti POG sono disciplinati:

- dall'art. 30-decies del CAP per i soggetti che realizzano prodotti assicurativi (imprese di assicurazione);
- dall'art. 121-bis del CAP per i soggetti che distribuiscono prodotti assicurativi;
- dal Regolamento 45.

A tale riguardo il Broker fa riferimento anche al Regolamento IVASS n. 40/18 e alle istruzioni fornite da IVASS con Lettera al mercato del 4 settembre 2017.

Il Broker prende atto che le imprese di assicurazione, per ogni prodotto ideato e immesso sul mercato a partire dal 1° ottobre 2018 o sostanzialmente modificato a partire da tale data, hanno l'obbligo di individuare un mercato di riferimento (di seguito "Target Market") composto, tra l'altro, in base a quanto disposto dall'articolo 6, comma 1, del



#### **BIG INSURANCE BROKERS S.R.L.**

Broker assicurativo, sez. B del R.U.I. n. B000430587 | Registro delle Imprese di Varese P.IVA - C.F. 03231740121

Sede Legale: Via Carlo Pisacane 10, 21052 Busto Arsizio (VA) | Sede Operativa: Via C. Cattaneo 62, 23900 Lecco (LC)

+39 02 87366170 +39 03411580069 | [www.big-brokers.com](http://www.big-brokers.com) [info@big-brokers.com](mailto:info@big-brokers.com)

**MILANO LECCO SONDRIO BERGAMO VARESE**

Regolamento 45, da un gruppo/i di clienti a cui è rivolto il prodotto, i rischi a cui sono esposte le tipologie di clienti a cui tale prodotto è rivolto, le esigenze e gli obiettivi dei clienti cui è rivolto il prodotto, le caratteristiche del prodotto, con particolare riferimento alle garanzie e alle esclusioni e limitazioni delle garanzie, in relazione alla complessità del prodotto, il livello di conoscenza del cliente, l'età del cliente, il profilo occupazionale e la sua situazione familiare. Rispetto ai prodotti di investimento assicurativi, il Broker riconosce che il produttore dovrà applicare gli elementi indicati, tra l'altro, dai commi 2 e 3 dell'articolo 6 del Regolamento 45, tra i quali, a titolo esemplificativo, la conoscenza teorica e l'esperienza pregressa rispetto a tali prodotti e ai mercati finanziari e assicurativi, nonché le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi dei clienti, in aggiunta alla coerenza del profilo di rischio/rendimento del prodotto rispetto al mercato di riferimento, etc. Al contempo, per ogni prodotto devono essere individuate le categorie di clienti per le cui esigenze, caratteristiche ed obiettivi il prodotto non può essere distribuito (di seguito "Target Market Negativo"). Compito del Broker è, ove necessario, chiedere, ricevere, comprendere e fare proprie tutte le informazioni necessarie per conoscere le caratteristiche dei prodotti assicurativi che intende offrire ai clienti. BIG Insurance Brokers s.r.l. distribuisce i prodotti delle Compagnie e non distribuisce prodotti realizzati in proprio. I presidi e le previsioni di cui al presente Documento dovranno essere osservati ed attuati anche nell'ambito degli accordi di libera collaborazione ai sensi dell'art. 22 del DL n. 179/2012 ("accordi di libera collaborazione orizzontali"), nel rispetto della normativa vigente e delle indicazioni di cui ai paragrafi seguenti, nonché declinati a seconda dei differenti schemi contrattuali/modelli di collaborazione e accordi nel concreto definiti (secondo gli schemi B con A, A con B, B con B, etc)

## 2. FINALITÀ DEI MECCANISMI DI DISTRIBUZIONE E AMBITO OPERATIVITÀ

Al momento dell'approvazione dei criteri di cui al presente Documento, il Broker ha in corso lettere di collaborazione con determinate [imprese di assicurazione](#) (di seguito le "Compagnie"), oltre a lettere di libera collaborazione di cui all'art. 22 del DL n. 179/2012.

I meccanismi di distribuzione di cui alla presente Politica POG regolano le modalità attraverso le quali il Broker dovrà ricevere le informazioni dalle Compagnie, sulla base delle indicazioni impartite da queste ultime in conformità alle rispettive politiche adottate al fine di:

1. comprendere le caratteristiche tecniche e giuridiche dei Prodotti che consentano di comprenderne le caratteristiche e i rischi degli stessi, nonché valutarne la compatibilità con le richieste ed esigenze del cliente;
2. ricevere le informazioni rilevanti sul processo di approvazione realizzato dalle Compagnie per ciascun Prodotto;
3. ricevere le specifiche riguardanti il Target Market individuato, nonché il Target Market Negativo;
4. comprendere il livello di complessità e i rischi legati a ciascun Prodotto;
5. essere informato sulla struttura dei costi, anche impliciti, gravanti sui Prodotti;
6. definire e applicare la propria strategia distributiva;
7. conoscere la politica distributiva dell'Intermediario di primo livello in caso di libera collaborazione orizzontale.

Il Broker, ai sensi della normativa di volta in volta vigente, definisce i propri meccanismi di distribuzione dei Prodotti, previa acquisizione delle necessarie informazioni sui Prodotti medesimi, allo scopo di:

1. prevenire o ridurre pregiudizi ai clienti;
2. supportare una corretta gestione dei conflitti di interesse;
3. garantire che siano debitamente tenuti in considerazione interessi, obiettivi e caratteristiche dei clienti.

Analoghi obiettivi andranno perseguiti anche nell'ambito degli accordi di libera collaborazione, a seconda degli inquadramenti contrattuali di volta in volta adottati nei casi concreti.

A tal fine il Broker:

1. non adotta disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o di altro tipo, che potrebbero incentivare esso stesso o i propri dipendenti a raccomandare ai contraenti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui tale distributore possa offrire un prodotto assicurativo differente che risponda meglio alle esigenze del contraente;



2. per far sì che i Prodotti siano coerenti con le richieste ed esigenze di copertura assicurativa e previdenziale dei contraenti/ assicurati in base alle informazioni da questi ottenute, Il Broker si avvarrà delle indicazioni di volta in volta indicate dalle Compagnie nella fase precontrattuale per l'acquisizione delle informazioni strettamente necessarie e pertinenti in relazione alla tipologia di contratto offerto;

3. ai sensi dell'art. 11 comma 4 e 5 del Regolamento 45, il Broker potrà distribuire prodotti assicurativi a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato dal produttore, purché i clienti non appartengano al mercato di riferimento negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e, sulla base della consulenza fornita prima della conclusione del contratto, siano adeguati. Inoltre, il Broker potrà distribuire prodotti d'investimento assicurativi non complessi di cui all'articolo 16 del Regolamento (UE) 2017/2359 a clienti che non rientrano nel mercato di riferimento individuato dal produttore, purché i clienti non appartengano al mercato di riferimento negativo e tali prodotti corrispondano alle richieste e alle esigenze assicurative di quei clienti e siano adeguati o appropriati. In tali casi, il Broker comunica al produttore se il prodotto assicurativo è distribuito al di fuori del mercato di riferimento;

4. qualora acquisisca la consapevolezza del fatto che un prodotto non sia in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato o del fatto che altre circostanze legate al prodotto possano arrecare danno al Cliente, informerà prontamente il soggetto che realizza prodotti assicurativi;

5. osserva le disposizioni del CAP e della normativa IVASS, tra l'altro, in tema di conflitti di interesse e di POG, come di volta in volta vigenti, operando nell'interesse dei contraenti alle migliori condizioni possibili.

### 3. STRATEGIA DISTRIBUTIVA E DEFINIZIONE DEL TARGET MARKET EFFETTIVO

Per ogni prodotto distribuito il Broker adotta una propria specifica strategia distributiva individuata sulla base della tipologia di Prodotto offerto e del Target Market individuato.

Il Broker, ai sensi dell'art. 12 del Regolamento 45, individua il c.d. Target Market Effettivo e adotta adeguate misure e procedure per assicurare che i prodotti assicurativi che intende 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.

Inoltre, identifica e valuta 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.

Il Broker individua, inoltre, le ulteriori categorie di clienti ai quali il prodotto non può essere distribuito (c.d. Target Market Negativo Effettivo).

Il Target Market Effettivo e Target Market Negativo Effettivo sono una specificazione del mercato di riferimento e una estensione del mercato di riferimento negativo individuati dal produttore e vengono comunicati dal Broker al produttore prima dell'inizio della distribuzione.

Il Broker riesamina regolarmente i prodotti assicurativi distribuiti tenendo conto di qualsiasi evento che possa incidere significativamente sui rischi potenziali per il mercato di riferimento nonché della eventuale revisione del prodotto effettuata dal produttore, al fine di valutare almeno se il prodotto assicurativo resti coerente con le esigenze del Target Market effettivo e se la prevista strategia distributiva continui a essere appropriata.

In caso di collaborazione orizzontale, ciascun intermediario, tenuto conto della rispettiva clientela, definisce il proprio Target Market Effettivo e Target Market Negativo Effettivo.

### 4. REVISIONE DEI MECCANISMI DI DISTRIBUZIONE

Il Broker rivede periodicamente i propri meccanismi di distribuzione del prodotto e la propria strategia distributiva per garantire che gli stessi siano sempre validi e aggiornati. Inoltre, riconsidera il Target Market Effettivo e/o aggiorna le procedure e le misure adottate qualora rilevi di aver erroneamente identificato il Target Market effettivo per un



prodotto assicurativo ovvero qualora il prodotto assicurativo non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento effettivo. In tali casi, il Broker comunica al produttore l'eventuale individuazione di un nuovo Target Market Effettivo.

Le revisioni della strategia distributiva nonché del Target Market Effettivo possono occorrere anche in concomitanza con i seguenti eventi:

- modifiche normative rilevanti o emanazione di orientamenti / linee guida da parte delle Autorità di vigilanza;
- modifica degli accordi con le Compagnie o degli accordi di libera collaborazione che abbiano diretta incidenza sulla presente Politica POG e i meccanismi di distribuzione ivi contenuti;
- modifica del Target Market per uno o più Prodotti;
- modifica della strategia distributiva da parte delle Compagnie.

## 5. SCAMBIO INFORMATIVO CON I PRODUTTORI E RAPPORTI DI COLLABORAZIONE

Il Broker e le imprese di assicurazione 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 di tali flussi informativi è finalizzata a guidare il Broker nella conoscenza del prodotto e ad assicurare che la distribuzione sia rivolta a clienti appartenenti al Target Market, ad informare il produttore in caso in cui il prodotto non sia in linea con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market. Inoltre, tale identificazione dei flussi favorisce l'esercizio dell'azione di vigilanza da parte delle Autorità di vigilanza competenti ed è soggetta a revisione periodica.

Nell'ambito dell'accordo relativo all'identificazione dei flussi informativi, il Broker acquisisce dai produttori le informazioni necessarie per comprendere e conoscere adeguatamente i prodotti che intendono distribuire, al fine di garantire che gli stessi siano distribuiti conformemente alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi del Target Market.

Il Broker utilizza tali informazioni ricevute, nonché quelle relative ai propri clienti, al fine di identificare la strategia di distribuzione.

Il Broker fornisce agli intermediari iscritti in E le informazioni relative al Target Market e alla strategia distributiva adottata dal produttore o dall'intermediario che ha conferito l'incarico di collaborazione, individua le modalità di ricezione delle informazioni acquisite dagli addetti all'attività di intermediazione iscritti in E o operanti all'interno dei locali di cui si avvale e verifica che l'attività svolta dagli intermediari iscritti in E sia coerente con il Target Market e con la strategia di distribuzione adottata dal produttore e dall'intermediario che ha conferito l'incarico di collaborazione.

In caso di collaborazione orizzontale, gli intermediari assicurano che:

- a) le informazioni relative ai prodotti assicurativi ricevute dal produttore siano trasmesse dall'intermediario emittente all'intermediario proponente;
- b) le definizioni del Target Market Effettivo e del Target Market Negativo Effettivo siano comunicate prima della relativa distribuzione:
  1. dall'intermediario emittente all'intermediario proponente;
  2. dall'intermediario proponente all'intermediario emittente;
  3. dall'intermediario emittente all'impresa di assicurazione;
- c) il produttore possa ottenere le informazioni sulla distribuzione dei prodotti assicurativi necessarie ad adempiere agli obblighi previsti dal Regolamento (UE) 2017/2358 e dal Regolamento 45, con particolare riferimento alle vendite ai clienti che non appartengono al Target Market.

## 6. VALUTAZIONE DELLE RICHIESTE ED ESIGENZE DELLA CLIENTELA

In base a quanto previsto dall'art. 119-ter del CAP e per le finalità di cui al precedente art. 2, il Broker, tramite i propri collaboratori e/o dipendenti, è tenuto a proporre o consigliare contratti coerenti con le richieste ed esigenze di copertura assicurativa e previdenziale del contraente o dell'assicurato.



A tal fine, ai sensi dell'art. 11 del Regolamento 45, il Broker distribuisce i prodotti ai clienti rientranti nel Target Market individuato dal produttore e si accerta che tali prodotti siano distribuiti solo quando ciò sia nell'interesse dei clienti.

Prima della sottoscrizione del contratto, il Broker acquisisce dal contraente (o dall'aderente nel caso di polizze collettive) tutte le informazioni necessarie per valutarne l'appartenenza al Target Market o al Target Market Negativo del produttore.

A tal fine, vengono acquisite informazioni le richieste e le esigenze del contraente. La valutazione delle richieste ed esigenze del contraente comprende le notizie riguardanti le caratteristiche personali ed esigenze assicurative del contraente o dell'assicurato.

La specificazione delle richieste ed esigenze del contraente sarà riportata in un apposito questionario, che, per ciascun prodotto distribuito verrà conservato dal Broker. Il Broker richiede alle Compagnie, laddove non le avesse ricevute, quali siano le informazioni strettamente necessarie a definire il Target Market Effettivo in relazione alla tipologia di contratto offerto. Il Broker rispetterà i principi sopra indicati anche nell'ambito degli accordi di libera collaborazione orizzontale, in quanto ricadano in tutto o in parte sul Broker stesso.

Sulla base delle informazioni raccolte, il Broker, tramite i suoi collaboratori e/o dipendenti, tenuto conto della tipologia di contraente e della natura e complessità del prodotto offerto, fornisce al contraente medesimo, in forma chiara e comprensibile, informazioni oggettive sul prodotto assicurativo, illustrandone le caratteristiche, la durata, i costi, i limiti della copertura ed ogni altro elemento utile a consentire al contraente di assumere una decisione informata.

#### **7. SISTEMI INTERNI DI CONTROLLO DELL'ATTIVITA' DI DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA DEL BROKER**

Il Broker monitora i rischi di mancato adempimento degli obblighi previsti dall'art. 121-bis del CAP, nonché del Capo III del Regolamento Delegato POG e del Regolamento 45, dal presente Regolamento, ivi compresa la verifica della correttezza ed efficacia dei meccanismi distributivi definiti dal documento sui flussi informativi, ne evidenzia le eventuali criticità, assicura la completezza dei flussi informativi. Il Broker mette a disposizione di IVASS l'accordo sui flussi nonché la documentazione relativa alle attività di monitoraggio appena menzionata.

#### **8. FORMAZIONE**

Il Broker curerà, attraverso apposite sessioni formative e informative – che abbiano i requisiti di cui alla regolamentazione di settore di volta in volta applicabile – che tutta la propria rete distributiva riceva regolare formazione e aggiornamento professionale.

#### **9. CONSERVAZIONE DEI DOCUMENTI**

Il Broker documenta tutti i presidi e i meccanismi adottati in materia di governo e controllo del prodotto al fine di realizzare efficacemente lo scambio informativo con le Compagnie. La suddetta documentazione è conservata, nelle modalità e nei termini previsti dall'art. 67 del Regolamento IVASS n. 40/2018 e ss.mm.ii., fintanto che i Prodotti oggetto della presente Politica POG restino in gestione nel portafoglio del Broker.

#### **10. RESPONSABILITÀ**

Il Broker approva ed è responsabile della definizione, dell'attuazione e della revisione della presente Politica e dei meccanismi di distribuzione del Prodotto e verifica la conformità interna agli stessi. Il soggetto responsabile dell'Attività di Intermediazione del Broker, iscritto alla sezione B del RUI, dovrà vigilare e verificare che i presidi di cui alla presente Politica vengano osservati e rispettati da tutti coloro che operano per conto del Broker. La redazione ed aggiornamento del presente documento è in capo a Andrea Bazzani con il supporto della funzione di Compliance.