



# Prodotti vita risparmio-investimento: tutte le novità normative

Di Guido Cappa / 04 agosto 2016



*L'autore è Managing Partner di InLife Advisory.*

Molte sono le novità inserite nella IDD\* in tema di Conduct of Governance, rapporti tra Produttore e Distributore e Inducements. Il tema che forse merita più attenzione è però quello della Product oversight & Governance (PoG).

Il recepimento delle indicazioni previste dalla direttiva in tema di governance di prodotto comporterà infatti che l' "adeguatezza" dell'offerta di prodotto in rapporto alle caratteristiche del cliente non sia più un argomento da affrontare esclusivamente in fase di vendita, con responsabilità di verifica a carico dell'intermediario, ma diventi a partire dal 2018 (operatività della IDD) una precisa attività da inserire a livello di "product development" delle imprese di assicurazione.

I concetti di establishment, objectives e target market previsti dalla direttiva prevedono infatti che la fabbrica prodotto (product manufacturer) studi e commercializzi prodotti con caratteristiche allineate agli interessi ed agli obiettivi della clientela individuata come target.

Il "product manufacturer" dovrà considerare nella costruzione del prodotto il livello di conoscenza e di educazione finanziaria della clientela target e pertanto avrà il compito di identificare preventivamente i gruppi di clientela per i quali il prodotto da commercializzare non è adeguato in termini di potenziali obiettivi o di caratteristiche finanziarie.

La verifica di adeguatezza del prodotto/polizza viene dunque rafforzata nella fase a monte della vendita, con responsabilità diretta in capo al manufacturer a livello di concept di prodotto e responsabilità indiretta di controllo sui distributori, sempre in capo al manufacturer, in fase di vendita.

La direttiva prevede nello specifico che venga adottata una procedura di analisi del mercato di riferimento, della strategia di distribuzione (che deve essere coerente con il mercato di riferimento) nonché l'adozione di misure di verifica affinché il prodotto venga effettivamente venduto nel mercato in questione e di criteri di revisione periodica, tanto dei prodotti che della procedura stessa, al fine di assicurare la costante coerenza del prodotto con le esigenze del mercato.

A titolo di esempio, nell'ambito dei prodotti vita di risparmio-investimento, se analizzassimo secondo i dettami della "product oversight & governance" i contenuti di complessità finanziaria presenti in alcune tipologie di prodotti unit o multiramo attualmente in commercio risulterebbe abbastanza difficile estendere il target market ad ogni tipologia di clientela retail (cosa che di fatto avviene oggi), con la conseguenza che in un prossimo scenario di operatività della IDD, la compagnia dovrà consentirne la commercializzazione solo su un determinato segmento di clientela predefinito.

Pur con gli opportuni distinguo la direttiva IDD va nella direzione sancita da Consob con la comunicazione del 22.12.2014 sui prodotti finanziari complessi che pone in carico all'intermediario finanziario l'attività di due diligence per tutti i prodotti complessi che intende inserire nella propria gamma di offerta e richiede una specifica e motivata decisione circa la commercializzazione di questi prodotti verso la clientela retail.

Sempre in ambito IDD restano sostanzialmente invariati rispetto alla disciplina già oggi vigente gli obblighi generali di carattere informativo in base ai quali gli intermediari assicurativi e le imprese di investimento che svolgono attività di consulenza devono: (i) ottenere dai clienti informazioni sulla conoscenza ed esperienza nell'ambito di investimento, rilevante per il tipo specifico di prodotto o servizio, sulla situazione finanziaria e sugli obiettivi di investimento (ii) raccomandare prodotti adeguati rispetto alla predisposizione al rischio ed alla capacità del cliente di sostenere perdite.

È invece elemento di novità il fatto che la normativa preveda che prima della conclusione del contratto venga fornita al cliente una dichiarazione di idoneità in cui si specifica in che modo la consulenza prestata risponda alle preferenze, obiettivi e altre caratteristiche del cliente.

Inoltre se l'intermediario o l'impresa di assicurazione ha informato il cliente che effettuerà periodicamente una valutazione dell'idoneità, dovrà fornire al cliente una relazione periodica che contenga una dichiarazione aggiornata che illustri in che modo il prodotto continui ad essere rispondente alle esigenze del cliente.

Nel caso in cui, sulla base delle informazioni raccolte, l'intermediario o l'impresa valuti il prodotto come inadeguato o non adatto, dovrà avvertire il cliente (incongruenza con la MiFID). Se invece i clienti non forniscono le informazioni, l'intermediario o l'impresa deve avvertire il cliente che non è in grado di valutare l'adeguatezza o l'idoneità del prodotto. Le avvertenze possono essere fornite utilizzando documenti standardizzati.

Quanto agli obblighi informativi, le imprese di assicurazione e gli intermediari assicurativi dovranno inoltre fornire (i) orientamenti e avvertenze sui rischi associati ai prodotti o alle strategie di investimento proposte; (ii) costi ed oneri, compresi quelli della consulenza (qualora prestata) e del prodotto nonché le modalità di pagamento.

Queste nuove regole del gioco porteranno nei prossimi anni il mondo legato alle Assicurazioni Vita di risparmio investimento a subire importanti cambiamenti, tutti indirizzati ad un sostanziale allineamento ai principi ed alla finalità della MiFID. Se la MiFID 1 ha rappresentato per il mondo finanziario una svolta, tracciando dei cambiamenti ancora in atto che verranno definitivamente completati con l'entrata in vigore della MiFID 2, è fuori di dubbio che anche la normativa IDD porterà una svolta sostanziale nel mercato assicurativo dei prodotti vita di risparmio-investimento costringendo le imprese di assicurazione a rivisitare e rinnovare in modo pesante strategie di distribuzione e catalogo di offerta dei prodotti.

Approfondita conoscenza dei propri clienti e di quelli potenziali, infrastrutture tecnologiche up-to-date, capacità di innovazione in ambito di prodotto/servizio, rivisitazione dei costi e delle modalità retributive dei canali di vendita rappresenteranno requisiti necessari e strategici per continuare a restare dei player su questo mercato.

*\* La Insurance Distribution Directive (IDD) n. 2016/97, da adottare nelle normative nazionali entro il Febbraio 2018, mira a rendere più uniforme la regolamentazione concernente la distribuzione dei diversi prodotti assicurativi al fine di assicurare un livello adeguato di tutela dei consumatori nell'Unione Europea.*