

- (4) 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 dovrebbero specificare in un accordo scritto la loro collaborazione e i rispettivi ruoli in modo che le autorità competenti possano vigilare sull'osservanza dei requisiti giuridici vigenti.
- (5) L'individuazione del mercato di riferimento da parte del soggetto che realizza il prodotto assicurativo dovrebbe essere intesa come descrizione di un gruppo di clienti che condividono caratteristiche comuni a un livello astratto e generalizzato e dovrebbe servire a detto soggetto per adeguare le caratteristiche del prodotto alle esigenze, alle caratteristiche e agli obiettivi di quel gruppo di clienti. Dovrebbe essere comunque distinta dalla valutazione individuale al punto di vendita per determinare se un prodotto assicurativo soddisfa le esigenze e i bisogni e, se del caso, se un prodotto di investimento assicurativo sia idoneo o adeguato per il cliente individuale o il cliente potenziale.
- (6) Il livello di granularità del mercato di riferimento e i criteri utilizzati per definirlo e determinare l'adeguata strategia di distribuzione dovrebbero essere rilevanti per il prodotto e rendere possibile valutare quali clienti rientrano in detto mercato di riferimento. Per i prodotti più semplici e comuni, il mercato di riferimento dovrebbe essere individuato in modo meno dettagliato, mentre per i prodotti più complessi o meno comuni il mercato di riferimento dovrebbe essere individuato in maniera più precisa tenendo conto del maggiore rischio di pregiudizio per il consumatore associato a tali prodotti.
- (7) Per migliorare la tutela del consumatore, in particolare riguardo ai prodotti di investimento assicurativi, i soggetti che realizzano prodotti assicurativi dovrebbero avere la possibilità di individuare gruppi specifici di clienti per i quali il prodotto assicurativo non è generalmente adeguato.
- (8) Nell'ambito dei meccanismi di governo e controllo del prodotto, i soggetti che realizzano prodotti assicurativi dovrebbero altresì esaminare adeguatamente i prodotti assicurativi e, laddove rilevante e in particolare per i prodotti di investimento assicurativi, effettuare l'analisi dei possibili scenari, in modo da garantire che il prodotto rispetti, per tutta la durata di vita, le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche individuate per il mercato di riferimento. Ciò dovrebbe includere, in particolare, le valutazioni della performance del prodotto e del profilo di rischio/rendimento. L'obbligo di valutare la performance del prodotto non dovrebbe essere tuttavia inteso come un'interferenza con la libertà del soggetto che realizza il prodotto assicurativo di fissare gli importi dei premi o come un controllo sulle tariffe sotto qualsiasi forma.
- (9) Per garantire informazioni e una consulenza adeguate ai clienti, i soggetti che realizzano prodotti assicurativi dovrebbero selezionare distributori di prodotti assicurativi in possesso della conoscenza, dell'esperienza e della competenza necessarie per comprendere le caratteristiche di un prodotto assicurativo e il mercato di riferimento individuato. Per la stessa ragione dovrebbero, nel quadro della legislazione nazionale applicabile alla relazione con i distributori di prodotti assicurativi in questione, monitorare ed esaminare su base regolare se il prodotto assicurativo viene distribuito in conformità degli obiettivi dei meccanismi di governo e controllo del prodotto e prendere adeguate misure correttive laddove si accerti il mancato rispetto. Questo non dovrebbe comunque impedire ai distributori di prodotti assicurativi di distribuire prodotti assicurativi ai clienti che non appartengono a quel mercato di riferimento, purché la valutazione individuale al punto di vendita giustifichi la conclusione che tali prodotti corrispondono alle esigenze e alle necessità di quei clienti e, se del caso, che i prodotti di investimento assicurativi sono idonei o adeguati per il cliente.
- (10) Per consentire ai distributori di prodotti assicurativi di comprendere pienamente i prodotti che intendono distribuire affinché possano svolgere le proprie attività di distribuzione nel migliore interesse dei propri clienti, fornendo in particolare una consulenza professionale, i soggetti che realizzano prodotti assicurativi dovrebbero fornire ai distributori di prodotti assicurativi tutte le informazioni appropriate su tali prodotti, incluso il processo di approvazione del prodotto, il mercato di riferimento individuato e la strategia di distribuzione suggerita. Per contro, i distributori dovrebbero disporre di meccanismi che consentano loro di ottenere, in maniera efficiente, le informazioni necessarie dai soggetti che realizzano i prodotti assicurativi.
- (11) Il funzionamento efficiente dei requisiti in materia di governo del prodotto richiede che i distributori di prodotti assicurativi informino regolarmente i soggetti che realizzano prodotti assicurativi riguardo alla loro esperienza con il prodotto assicurativo. I distributori di prodotti assicurativi dovrebbero pertanto fornire a detti soggetti i dati necessari alla revisione del prodotto assicurativo e verificare che tali prodotti siano in linea con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato dal soggetto che realizza prodotti assicurativi.
- (12) Per scongiurare il rischio di pregiudizio per il cliente, i soggetti che realizzano prodotti assicurativi e i distributori dovrebbero adottare misure adeguate laddove considerino che il prodotto non sia in linea, o eventualmente non lo sia più, con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento individuato.

