

Introduzione

Versione	Modifiche apportate	Data	Autore della modifica
1.0	Lancio del prodotto	24/01/2023	Offerta Saving
2.0	Adeguamento POG Report alle linee guida del Piano di Rimedio e Compliance Opinion – rivisitazione del Target Market <i>(le integrazioni apportate con questa versione sono indicate in corsivo)</i>	14/09/2023	Offerta Strategy

L'Italia è un Paese caratterizzato da una significativa propensione al risparmio, incrementata ulteriormente durante il triennio 2019-2021. Tra il 2019 e il 2021 la ricchezza finanziaria delle famiglie è infatti aumentata del 7,17% pari a 334 mld di euro. L'accrescimento della ricchezza finanziaria si è distribuito principalmente in liquidità (contanti e conti correnti) per circa 1.600 mld (+10%), nei fondi comuni di investimento per 752 mld (+13%) e nelle polizze assicurative di risparmio per 1.206 mld (+8%)

In questo momento storico caratterizzato da una diffusa incertezza, gli italiani identificano la sicurezza come la principale caratteristica attesa dell'investimento (72%), seguono per importanza la semplicità (53%) e il rendimento (48%) del prodotto. La garanzia sul capitale costituisce una importante leva per investire per numerosi investitori (40%).

Negli ultimi anni cresce tra gli investitori la conoscenza di prodotti che soddisfano requisiti di tipo sostenibile ESG: circa ¼ degli investitori sono propensi ad acquistare in futuro un prodotto con tali caratteristiche.

Fonti: Analisi risparmio degli italiani FABI 2021 - Multifinanziaria Retail Market 2° wave 2022

In questo contesto AXA posiziona il nuovo prodotto di investimento Easy Plan L757 (da ora in poi anche "Easy Plan"), che verrà collocato tramite canale agenti. Easy Plan è un prodotto flessibile che offre l'opportunità di bilanciare il capitale investito tra Gestione Separata e fondi di investimento Unit Linked a seconda delle scelte del cliente includendo, inoltre, la possibilità di investire in fondi con caratteristiche di sostenibilità.

La gestione separata utilizzata è la nuova GESTIRIV PLUS a fondo utili, le caratteristiche del contratto per tale componente garantiscono l'ammontare del premio investito a determinate condizioni (cfr. paragrafo "Concept di Prodotto"), mentre la componente dei fondi Unit Linked crea potenziale opportunità di profitto in funzione del contesto di mercato. Il prodotto intende soddisfare le esigenze di tutti i clienti che vogliono investire in uno strumento che rispecchi le aspettative di rendimento senza trascurare le esigenze di sicurezza e preservazione di parte del capitale.

Aggiornamento introduzione e contesto di mercato (luglio 2023)

Nel 2023, permane una situazione di generale incertezza sui mercati, caratterizzanti dalla spinta inflazionistica che impatta consumi e risparmi. Analizzando le evidenze di chiusura anno 2022, si evince come la ricchezza finanziaria italiana si sia ridotta di circa il 2% attestandosi a circa 5.138 mld di con la liquidità che rimane pressoché costante a scapito della riduzione dei fondi comuni di investimento (-13,9%) e delle polizze assicurative di risparmio (-12,2%). Aumentano titoli di stato e obbligazioni (+10,8%).

La propensione al risparmio si è ridotta nel corso del 2022 a quasi la metà rispetto al 2021 (5,3% nel quarto trimestre 2022 contro 10,9% del quarto trimestre 2021) questo dovuto all'aumento dei consumi e al fenomeno inflattivo.

Fonti: Elaborazioni Innovation Team su dati Banca d'Italia, giugno 2023

Nel mese di settembre 2023, la Compagnia, con la finalità di adottare le soluzioni target emerse dal Piano di Rimedio in materia di POG e di rispondere alle eccezioni sollevate dalla Compliance in sede di lancio, ha ritenuto come obiettivo primario di procedere alla rivisitazione del Target Market del prodotto multiramo Easy Plan L757, ferme tutte le caratteristiche tecniche di prodotto. In applicazione delle misure definite dalla procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" è stata effettuata analisi di significatività che ha evidenziato come la revisione del Target Market non modifichi le caratteristiche del prodotto e mantenga la rispondenza agli interessi e agli obiettivi del nuovo target market individuato.

Le Sezioni del POG Report impattate dalla revisione 2.0 sono quelle del Target Market e il Testing del prodotto.

In conformità a quanto previsto dalla Procedura POG vigente, è stata effettuata specifica valutazione degli impatti derivanti dalle modifiche la cui valutazione di significatività complessiva è stata definita in "b. modifiche significative con impatto limitato", valutazione presentata alla Funzione di Compliance per le proprie valutazioni e l'avvio del processo aggiornamento del POG Report per le attività impattate.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi di significatività riportate in questa sezione è archiviata nella cartella: POG versione 2/1. Introduzione

Target Market

Di seguito si riportano le componenti del Target Market del prodotto EasyPlan comprensive delle analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 4.1

Target Market:

- *Tipologia di Contraente: persona fisica e persona giuridica*
- *Tipologia di Assicurato: persona fisica*
- *Età del contraente: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market;*
- *Età dell'assicurato: 18-70 anni (in fase di sottoscrizione); 80 anni max a scadenza del periodo di pagamento dei premi;*
- *Rischi percepiti:*
 - *in caso di vita, il rischio percepito è di subire perdite di capitale e/o di non ottenere l'accrescimento del capitale atteso;*
 - *in caso di morte, mancata trasmissione ai beneficiari designati del capitale investito e/o delle eventuali performance frutto dell'investimento.*

- *Esigenze ed obiettivi: il cliente ha interesse a sottoscrivere un prodotto di investimento assicurativo al fine di perseguire l'obiettivo di:*
 - *proteggere il valore del capitale nel tempo;*
 - *rivalutare o ottenere una crescita moderata del capitale investito;*
 - *perseguire obiettivi di sostenibilità, grazie alla presenza di sottostanti sostenibili.*

Il prodotto inoltre è strutturato attraverso premi ricorrenti, integrabili con ulteriori versamenti, adatto per chi ha esigenza di investire le proprie disponibilità finanziarie per accumulare un capitale nel tempo.
- *Caratteristiche del prodotto e garanzie: il prodotto prevede la garanzia del capitale investito contemporaneamente all'accrescimento del capitale investito. Il prodotto inoltre prevede un basket di sottostanti che perseguono obiettivi di sostenibilità e che promuovono, tra le altre caratteristiche, fattori ambientali e sociali;*
- *Occupazione: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market;*
- *Situazione familiare: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market;*
- *Conoscenza ed esperienza in materia di prodotti di investimento assicurativi, in relazione alle caratteristiche degli stessi: clienti con una conoscenza almeno di base dei prodotti di investimento assicurativo in relazione alla complessità di prodotto, ovvero che conoscono le finalità e le principali caratteristiche tecniche dei prodotti assicurativi d'investimento;*
- *Conoscenza ed esperienza in materia: cliente con una conoscenza e/o esperienza almeno limitata a strumenti finanziari non complessi o bassa complessità come ad esempio azioni, obbligazioni tasso fisso/variabile, titoli di stato, fondi comuni di investimento, prodotti finanziari/assicurativi non complessi o a bassa complessità;*
- *Tolleranza al rischio: clienti che per ottenere i risultati desiderati sono disposti a correre un rischio da un livello almeno medio-basso (corrispondente ad un utile/perdita potenziale non inferiore al +/-4% annuo) e basata su classificazione questionario di adeguatezza.*
- *Capacità di sopportare le perdite: clienti che hanno una capacità di sopportare le perdite almeno contenuta (possibilità di perdita limitata del capitale che si traduce nell'investire in una componente con garanzia del capitale e una componente senza garanzia del capitale, oppure solamente in una componente senza garanzia del capitale ma con possibilità di perdita contenuta);*
- *Orizzonte di detenzione: di lungo periodo (più di 6 anni);*
- *Limiti ed esclusioni: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market.*

Target Market Negativo:

- *Tipologia di contraente: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo*
- *Tipologia di assicurato: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo*
- *Età del contraente: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Età dell'assicurato: superiore a 75 anni (in fase di sottoscrizione);*
- *Rischi percepiti: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Esigenze ed obiettivi: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Caratteristiche del prodotto e garanzie: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo*
- *Occupazione: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Situazione familiare: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Conoscenza ed esperienza in materia di prodotti di investimento assicurativi, in relazione alle caratteristiche degli stessi: cliente che non ha alcuna conoscenza delle finalità e delle principali caratteristiche dei prodotti assicurativi di investimento;*

- *Conoscenza ed esperienza in materia: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;*
- *Tolleranza al rischio: cliente che per ottenere i risultati desiderati è disposto a correre un rischio di livello basso (corrispondente ad un utile/perdita potenziale massima pari al +/-2% annuo) e basata su classificazione questionario di adeguatezza;*
- *Capacità di sopportare le perdite: cliente con nessuna o minima capacità di sopportare le perdite, e con necessità di garanzia del capitale;*
- *Orizzonte di detenzione: inferiore o uguale a 6 anni;*
- *Limiti ed esclusioni: informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo.*

Si precisa che la Gestione Separata a fondo utili è classificata, ai fini SFDR, come Art.8. Al momento del lancio di Easy Plan, al fine di non porre vincoli agli investimenti e salvaguardare i rendimenti della stessa, la percentuale di investimenti ESG risulta pari a 1%. In una fase successiva saranno effettuati investimenti in linea con le esigenze di sostenibilità espresse dal Target Market descritto precedentemente.

Target Market Effettivo: *non risultano pervenuti riscontri da parte degli intermediari nei 7 gg. concessi; pertanto, si considera il TM Effettivo coincidente con il Target Market identificato dalla Compagnia.*

Target Market Negativo Effettivo: *non risultano pervenuti riscontri da parte degli intermediari nei 7 gg. concessi; pertanto, si considera il TM Effettivo Negativo coincidente con il Target Market Negativo identificato dalla Compagnia.*

Il Target Market e il Target Market Negativo sono stati descritti sulla base delle "linee guida per l'identificazione del Target Market" e della scala di complessità individuati nell'ambito delle soluzioni del Piano di Rimedio.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/2.Target Market.

Concept e sviluppo prodotto

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 4.2.

Value Proposition

Con Easy Plan il cliente potrà investire in una soluzione assicurativa di risparmio prudenziale e semplice grazie alla Gestione Separata GESTIRIV PLUS che persegue principalmente obiettivi di conservazione del capitale in corrispondenza di specifici eventi (riscatto a determinate ricorrenze contrattuali e premorienza) e di ricerca di marginali performance. Oltre alla Gestione Separata, è presente la componente Unit Linked con una serie di Fondi Interni che consentono di perseguire obiettivi di accrescimento del capitale grazie all'investimento nei mercati finanziari. Easy Plan risponde al bisogno di conservazione e tutela dell'investimento: in caso di prematura scomparsa dell'assicurato e durante specifiche finestre temporali a 5, 10 e 15 anni si ha la garanzia del capitale netto investito.

Il prodotto permette di tutelare i beneficiari con la garanzia del capitale in caso di decesso dell'assicurato, pari al premio netto investito nella Gestione Separata e, inoltre, presenta il Bonus Fedeltà che viene erogato a scadenza se

il Cliente ha completato l'intero piano di pagamento. Tale Bonus è pari al 3,00% del cumulo dei premi versati (esclusi i premi aggiuntivi).

Concept:

Attività svolte in occasione del lancio del prodotto – febbraio 2023

La Compagnia, prendendo atto delle indicazioni del Regolatore, nelle more della definizione e dell'adozione delle soluzioni target nascenti dal Piano di Rimedio prontamente attivato, ha ritenuto come obiettivo primario la rivisitazione del prodotto Easy Plan cardine della politica commerciale attuativa di AXA Assicurazioni. Questo intervento prevede un percorso graduale e progressivo che sarà scandito dall'osservanza dei criteri dettati dal Piano di Rimedio ed è mirato ad adottare tutte le misure tempo per tempo disponibili o a più rapida introduzione/implementazione con particolare riguardo al perseguimento del principale interesse del cliente in applicazione del principio di proporzionalità. Fermo restando l'obiettivo finale di giungere, nelle tempistiche preordinate dal crono programma del Piano di Rimedio, ad un pieno recepimento dei requisiti fondamentali scaturiti dall'esperienza ispettiva. A tal proposito, per l'attività di restyling sopra citata la Compagnia, compatibilmente con lo stato attuale dei sistemi IT e delle procedure vigenti, è intervenuta sulle seguenti tematiche:

Ambito Target Market:

- attenzione alla complessità del prodotto vs conoscenza della clientela. A tal proposito, il prodotto è stato categorizzato come prodotto “complesso” e adatto a clienti che possiedono una conoscenza in relazione alla complessità del prodotto e una conoscenza teorica ed esperienza pregressa rispetto ai prodotti di investimento assicurativi e ai mercati finanziari assicurativi pari ad un livello “medio”;
- attivata nel target market un'attenzione al driver della tolleranza al rischio: inserita in target market negativo la categoria tolleranza al rischio bassa, prima non presente;
- revisione dei criteri di definizione dell'RHP;
- maggiore coerenza dell'informativa resa alla clientela nel Kid e nel Dip aggiuntivo sulla definizione di TM;
- attivazione di analisi sul portafoglio clientela esistente per valutare gli impatti.

Ambito Product Testing:

- introduzione di un processo quantitativo di product testing mirato a dimostrare la fairness del prodotto per il mercato di riferimento;
- utilizzo per la Gestione Separata di valutazioni ai fini KID elaborate sulla base di scenari real world;
- valutazione del Value for Money attraverso l'applicazione nel processo POG di ulteriori due metodologie di analisi (Value for Customer definito a livello di gruppo AXA e modello di valutazione quantitativa predisposto dalla Compagnia) in aggiunta all'attività già effettuata mediante la piattaforma denominata “OpenKID”. Si precisa che tale valutazione per il prodotto EasyPlan è riferita a soluzione tattica, in quanto tale attività è parte integrante del Piano di Rimedio in essere e, a conclusione dello stesso, verrà definita la metodologia target.

Si segnala che gli interventi legati all'introduzione di elementi volti ad inserire nel Target Market negativo eventuali cluster di clientela da escludere in relazione al KPI “conoscenza del cliente in relazione alla complessità del prodotto e alla conoscenza teorica ed esperienza pregressa rispetto ai prodotti di investimento assicurativi e ai mercati finanziari assicurativi” sono parte integrante delle attività previste nel Piano di Rimedio in essere e, non appena individuate le soluzioni target e implementati di conseguenza i sistemi, la Compagnia provvederà ad effettuare una

revisione del processo POG effettuato per questa edizione del prodotto al fine di integrare le soluzioni atte a fornire una risposta adeguata alle istanze sollevate dal Regolatore.

Con questo primo restyling si raggiungono importanti risultati, quali recepire osservazioni del Regolatore sulla conoscenza del cliente, introducendo una maggiore profilazione e granularità del TM, in un'ottica di adeguamento proporzionale e progressivo illustrato al Regolatore nel piano di rimedio.

Attività svolte in occasione della revisione del Target Market – settembre 2023

la Compagnia, con la finalità di adottare le soluzioni target emerse dal Piano di Rimedio in materia di POG e di rispondere alle eccezioni sollevate dalla Compliance in sede di lancio, ha ritenuto come obiettivo primario di procedere alla rivisitazione del Target Market del prodotto multiramo Easy Plan L757, ferme tutte le caratteristiche tecniche di prodotto. In occasione di tale revisione la Compagnia ha adottato il nuovo processo di testing definito all'interno del PdR e descritto successivamente nella Sezione dedicata al "Testing del prodotto"

L'opportunità di procedere ad un nuovo restyling di "Easy Plan", dopo quello effettuato nel 2021, è emersa dall'esigenza di adeguare la proposizione di un prodotto all'attuale contesto di domanda e offerta espressa dal mercato sui prodotti a premi unici ricorrenti.

Il concept di restyling è stato sviluppato tenendo conto:

- dei risultati delle Campagne Commerciali svolte nel corso del 2022 (variazione del mix con GS max 70% e no load premi di prima annualità);
- delle analisi di benchmarking del piano prodotti e della strategia di mercato AXA.

Si è andati quindi incontro alle esigenze della Clientela, veicolate dalla rete di vendita, di conferire maggior flessibilità al prodotto attraverso l'introduzione di nuove caratteristiche:

- introduzione nel prodotto di una nuova garanzia di attribuzione del rendimento agli assicurati in linea con l'attuale contesto di mercato (garanzia di restituzione dei premi investiti in Caso di Morte e a finestra in caso di Vita (5, 10, 15 anni);
- rivisitazione della modalità di riscatto con introduzione del riscatto parziale;
- elevazione della percentuale di allocazione dei premi nella Gestione Separata fino ad un massimo pari al 100%.

Descrizione del prodotto

Alla luce di tali evidenze, la Compagnia ha costruito il prodotto multiramo a premi unici ricorrenti dedicato alla Rete Agenti e alla Rete dei Dedicati Vita (Welfare Advisor) con le seguenti caratteristiche:

- Età Assicurato: da 18 a 70 anni (in fase di sottoscrizione) (max 80 anni a scadenza periodo pagamento premi).
- Durata: vita intera.
- Limiti di premio:
 - min: 75 € fraz. mensile; 300€ fraz. trimestrale; 600 € fraz. semestrale; 1.200 € fraz. Annuale;
 - max: 300.000 € (compresi eventuali versamenti aggiuntivi).
- Fondi a disposizione al momento del lancio:
 - Gestione Separata: Gestiriv Plus max 100%;

- Fondi Unit: Easy Plan azionario high dividend, Easy Plan obbligazionario dinamico e Futuro Green;
- allocazione min 10% alla sottoscrizione per ogni sottostante prescelto.
- Versamenti aggiuntivi: consentiti in qualsiasi momento nel periodo di collocamento del prodotto. Il cumulo degli importi dei versamenti integrativi per ciascuna annualità di polizza non potrà essere superiore a 3 volte il premio unico ricorrente di prima annualità. Non sono ammessi versamenti integrativi in caso di cessazione del collocamento del prodotto.
- Switch: consentito trascorsi 30 giorni dalla data di decorrenza della polizza per un massimo di 3 volte all'anno senza alcun costo aggiuntivo (non cumulabili negli anni).
- Riscatto Parziale e Totale: possibile trascorso il periodo di recesso (30 giorni) con un costo fisso pari a 75 €.
- Il prodotto prevede la possibilità di modificare la frequenza dei versamenti in base alle proprie esigenze.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/3. Concept e Sviluppo Prodotto.

Scelta del canale distributivo

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 4.3

Il canale distributivo scelto è quello relativo alla Rete Agenziale compresa la Rete dei Dedicati Vita (Welfare Advisor).

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/4. Scelta del canale distributivo.

Testing del prodotto

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 4.4.

CONCEPT TESTING

Attività svolte in occasione del lancio del prodotto – febbraio 2023

Indagine di mercato

Per testare il concept e valutare la rispondenza rispetto al target di riferimento la Compagnia ha commissionato uno studio ad un istituto di ricerca con l'obiettivo di valutare il prodotto e raccogliere le opinioni da parte dei potenziali clienti, focalizzando l'analisi sia su clienti potenziali che su clienti AXA possessori di prodotti fungibili Multiramo.

La ricerca di mercato è stata avviata nell'ottobre 2022 per testare il concept sul target potenziale di riferimento di prodotto. In particolare, le principali variabili di prodotto che si è deciso di sottoporre a test erano riferite all'interesse del prodotto, la chiarezza del concept, l'idoneità del prodotto a soddisfare le aspettative del cliente, l'intenzione alla sottoscrizione, l'adeguatezza del canale di vendita. Sono state inoltre indagate alcune caratteristiche peculiari del prodotto quali ad esempio: bonus fedeltà, riscatto parziale e totale, switch e variazione di premio in corso di contratto, prestazioni in caso di decesso.

Il Concept testato nella survey prevedeva una % massima di allocazione in GS pari al 70%. I seguenti risultati si riferiscono pertanto a tale mix. A seguito di considerazioni conseguenti a valutazioni dalla voce del canale e da dati di mercato che vedono la sicurezza come l'esigenza primaria per gli investitori, si è introdotta la % massima di GS fino al 100%, in ottica di maggior flessibilità e favore rispetto al cliente.

I risultati complessivi della survey hanno permesso di avere un riscontro sulle caratteristiche del concept testato rispetto al profilo in target di riferimento. In particolare, sono stati evidenziati riscontri positivi sulle principali dimensioni di seguito analizzate (scale 1-10):

- Chiarezza del prodotto: media 7,57 (clienti AXA 7,57);
- Interesse per il prodotto: media 6,95 (clienti AXA 7,51);
- Capacità del prodotto di soddisfare il bisogno del cliente: media 7,04 (clienti AXA 7,63);
- Distintività del prodotto: media 7,10 (clienti AXA 7,46%);
- Intenzione alla sottoscrizione top 2 (probabilmente sì - certamente sì): 77% (clienti AXA 75%);
- Adeguatezza del canale di vendita agenziale: 37% (clienti AXA 71%).

Tra le caratteristiche peculiari del prodotto particolarmente apprezzate in ordine di preferenza espressa:

- il bonus fedeltà riconosciuto a chi arriva a fine piano previsto per l'investimento;
- la possibilità offerta dal prodotto di eseguire riscatti parziali o totali;
- la possibilità di aumentare / diminuire il premio ricorrente nel tempo.

La ricerca porta riscontro di un prodotto che viene ritenuto dal target elettivo sufficientemente chiaro, interessante e aderente ai bisogni dei clienti, che si dichiarano intenzionati all'acquisto in misura significativa.

Il cliente AXA già possessore di prodotti fungibili esprime considerazioni leggermente più positive rispetto al target

standard sulle principali dimensioni analizzate. Per quanto sopra, possiamo ritenere che il prodotto risponda alle esigenze evidenziate dal target di riferimento.

Fonte: ricerca Teleperformance ottobre 2022

Analisi dati interni

L'analisi dell'andamento dei premi negli ultimi 3 anni (2019-2021) della precedente versione di EasyPlan evidenzia una sostanziale stabilità dei volumi a conferma della buona accoglienza del prodotto da parte del target clienti.

Attività svolte in occasione della rivisitazione del Target Market di prodotto – settembre 2023

Alla luce delle riviste linee guida per l'identificazione del target market, per testare il concept e valutare la rispondenza dello stesso rispetto ai bisogni del target di riferimento individuato, la Compagnia ha commissionato uno studio all'istituto Teleperformance, focalizzando l'analisi sia su clienti potenziali, sia su clienti AXA possessori di prodotti fungibili Multiramo.

*In particolare, **il campione della ricerca è stato strutturato sulla base del target market di riferimento rivisitato, tenendo conto degli elementi di target market aggiornati** (che non erano stati analizzati nella scorsa survey predisposta in fase di lancio) includendo le domande relative ai driver "conoscenza del cliente" e "tolleranza al rischio".*

Le aree di analisi indagate nel questionario sono allineate a quanto definito dalle linee guida concept test, ovvero: l'interesse del prodotto, la chiarezza del concept, l'idoneità del prodotto a soddisfare le aspettative del cliente, l'adeguatezza del canale di vendita, oltre alla rilevanza dell'elemento sostenibilità nella scelta dell'investimento.

Il nuovo concept test è stato realizzato a luglio 2023. I risultati complessivi della survey hanno permesso di avere un riscontro sulle caratteristiche del concept testato rispetto al profilo in target di riferimento. In particolare, sono stati evidenziati riscontri positivi sulle principali dimensioni di seguito analizzate (scala 1-10):

- *Chiarezza del prodotto: 85% dei rispondenti valuta da 6 a 10 su scala 0-10 (media 7,54), clienti AXA 96% (media 8,83)*
- *Interesse per il prodotto: 76% da 6 a 10 (media 6,87), clienti AXA 91% (media 8,28)*
- *Capacità del prodotto di soddisfare il bisogno del cliente: 72% da 6 a 10 (media 6,78), clienti AXA 89% (media 8,43)*
- *Adeguatezza del canale di vendita agenziale: 84% (clienti AXA 96%)*

La presenza di criteri di sostenibilità viene ritenuta importante per il 76% del target di riferimento (89% per i clienti AXA)

*La ricerca evidenzia quindi che il **concept viene ritenuto dal target di riferimento sufficientemente chiaro, interessante e aderente ai bisogni dei clienti.** I clienti AXA mostrano valutazioni più positive rispetto al target di mercato trasversalmente a tutti gli elementi analizzati.*

*Per quanto sopra, si ritiene che il **prodotto risponda alle esigenze evidenziate dal target di riferimento così come ridefinito.***

Fonte: ricerca Teleperformance luglio 2023

TESTING TECNICO

Attività svolte in occasione del lancio del prodotto – febbraio 2023

L'attività di testing tecnico eseguita per il prodotto Easy Plan ha l'obiettivo di verificare la rispondenza del prodotto ai bisogni del Target Market individuato. Tale attività, in considerazione anche delle osservazioni ricevute dall'Autorità di Vigilanza a seguito dell'attività ispettiva condotta in ambito POG, è suddivisa nelle seguenti macro-fasi:

- Testing tecnico quantitativo;
- Valutazione del Value For Money per il Cliente;
- Testing tecnico ESG.

Si segnala che è stata eseguita anche una valutazione qualitativa attraverso l'utilizzo di un'apposita check – List (cfr. documento in allegato denominato “Check List Ania”) contenente un set di domande a cui la Direzione L&S e le altre strutture interessate hanno dato risposta. In particolare, tali domande sono suddivise nei seguenti ambiti di analisi: (i) Target Market; (ii) Bisogno (domande volte ad analizzare se il prodotto copra effettivamente i fabbisogni assicurativi e i relativi rischi connessi); (iii) Prodotto (domande volte ad analizzare le caratteristiche del prodotto (es. scoperti/franchigie); (iv) Governo (domande volte ad analizzare la strategia distributiva ipotizzata per il prodotto oggetto del testing). L'utilizzo della check list Ania non ha evidenziato alert o punti di attenzione e pertanto tale valutazione ha dato un risultato ritenuto soddisfacente.

TESTING TECNICO QUANTITATIVO:

Il testing tecnico quantitativo eseguito ha riguardato l'attività di stress test dei rendimenti dei prodotti in funzione del recommended holding period (RHP). In particolare, tale attività ha l'obiettivo di verificare la tenuta dei rendimenti del prodotto, in relazione a scenari stressati, in funzione del RHP individuato.

Si allega il documento denominato "STRESS TEST QUANTITATIVO DEI RENDIMENTI DEL PRODOTTO IN FUNZIONE DEL RECOMMENDED HOLDING PERIOD (RHP)" contenente la descrizione della metodologia utilizzata e i risultati raggiunti. L'attività di stress test quantitativo effettuata sul prodotto risulta essere superata.

VALUE FOR MONEY:

La valutazione del Value For Money per il Cliente è stata eseguita tenendo in considerazione le risultanze di tre distinte analisi:

- Value For Customer: analisi delle performance dal punto di vista Cliente attraverso la metodologia del Gruppo AXA, che è la medesima utilizzata in sede di processo PAP. Il risultato raggiunto per il prodotto, pari a 48%, è stato ritenuto soddisfacente.
- Product Testing Qualitativo: è un'analisi di benchmark effettuata mediante la piattaforma "OpenKid", volta a valutare il prodotto Easy Plan in comparazione con prodotti simili ad oggi presenti sul mercato. Si allega il documento denominato "TESTING TECNICO QUALITATIVO_L757" contenente la descrizione della metodologia utilizzata e i risultati raggiunti.
- Valutazione della relazione tra rendimento annuo per la clientela e i costi applicati. L'analisi è stata condotta mediante il supporto del modello definito dalla Compagnia e denominato "EasyPlan_VfM_Tool Pricing".

La valutazione del Value For Money per il Cliente risulta essere superata per il prodotto Easy Plan in quanto le risultanze delle tre analisi sopra riportate sono state ritenute soddisfacenti.

TESTING TECNICO ESG

Attività di testing tecnico volto a valutare l'adeguatezza del prodotto alle preferenze di sostenibilità dei clienti. A tal proposito, la Compagnia ha predisposto un modello di testing ESG denominato "AXA_Testing ESG". Si allega il documento denominato "AXA_Testing ESG_EASYPLAN" contenente le analisi e i risultati raggiunti. Per il prodotto in oggetto, considerando che per la nuova Gestione Separata a fondo utili attualmente la percentuale di investimenti ESG risulta pari a 1% (cfr. "sezione Target Market"), il risultato del test tecnico ESG rileva un'adeguatezza di Easy Plan ad un profilo di clientela con "bassa" esigenza di sostenibilità. Si precisa che in sede di monitoraggio ESG del prodotto, al verificarsi di nuove risultanze, potrà essere modificata l'attuale adeguatezza di Easy Plan in relazione alle esigenze di sostenibilità dei clienti. L'attività di test tecnico ESG effettuata sul prodotto risulta essere superata.

Attività svolte in occasione della rivisitazione del Target Market di prodotto – settembre 2023

In occasione dell'attività di rivisitazione del Target Market di prodotto, la Compagnia ha ritenuto opportuno adeguare, in primo luogo, le analisi quantitative effettuate nell'attività di testing del prodotto e sopra riportate, alla nuova metodologia sviluppata all'interno del Piano di Rimedio. L'analisi effettuata conferma che il prodotto è adeguato alla commercializzazione in quanto gli indicatori osservati e previsti dalla nuova metodologia sono risultati superiori alle soglie predefinite (vedi nota metodologica V4M), in particolare:

- *La performance al cliente deve essere maggiore di zero al periodo di detenzione raccomandato ($R > 0$ a RHP);*
- *Il Reduction in Yield (RIY) deve essere inferiore al 4% ($RIY < 4\%$);*

- L'indicatore di Fairness (R/RIY) deve essere:
 - $R/RIY > 100\%$, per premi unici;
 - $R/RIY > 50\%$, per premi unici ricorrenti e/o premi annui costanti.

La Compagnia ritiene le stesse analisi adatte a confermare l'adeguatezza del Value for Money al nuovo Target Market, ma ha valutato opportuno aggiungere due ulteriori sensitivities: 100% GS e 100%UL (sens 11-12).

In seguito alla variazione di Target Market e in coerenza con la nuova metodologia, la Compagnia ha effettuato l'analisi di Fairness, basata sul confronto dei KPI di Performance al Cliente (R), Impatto dei costi (RIY) e di Fairness (R/RIY), desunti dai KID di prodotto e determinati in corrispondenza di RHP. I risultati dei KPI sono stati considerati sui profili di minimo e massimo rischio.

Da ultimo è stata effettuata l'analisi di Benchmarking. Il confronto è stato effettuato con prodotti comparabili sulla base dei dati di Target Market (canale di distribuzione, tipologia di contratto, tipologia di premio) e trattandosi di prodotto MOP, al fine di identificare anche le linee di investimento comparabili tra loro, sono stati utilizzati i driver SRI e RHP del Target Market.

La valutazione del Value For Money per il Cliente risulta essere superata per il prodotto Easy Plan in quanto le risultanze delle tre analisi sopra riportate sono state ritenute soddisfacenti.

Si rinvia ai documenti allegati alla presente Sezione per i dati di dettaglio delle analisi.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/ 5. Testing del prodotto.

Lancio del prodotto

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 4.6.

In coerenza con il "peso strategico" dell'offerta e con la programmazione derivante dal piano operativo annuale condiviso con le funzioni interessate, in occasione del lancio sono state definite le seguenti attività:

- Presenza del prodotto sui canali digitali (sito web AXA, PCC e MyAXA);
- Aggiornamento della pagina di prodotto del sito;
- Leaflet di prodotto cartaceo e digitale;
- Scheda trattativa in formato digitale.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/6. Lancio del prodotto

Outsourcing delle fasi di realizzazione del prodotto

Nessuna attività per la realizzazione del prodotto è stata richiesta a società esterne al Gruppo.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: non è presente documentazione a supporto

Flussi informativi, raccolta e storicizzazione dei dati

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" ai paragrafi 7 e 8.

I flussi informativi scambiati con la rete distributiva sono riepilogati nella seguente tabella:

DATA	CONTENUTO FLUSSO
20/12/2022	News AXA Planet per invio TM Positivo e TM Negativo e richiesta di TM Effettivo e TM Effettivo Negativo da parte del distributore
25/01/2023	Circolare lancio del Prodotto con allegata scheda tecnica
20/07/2023	News AXA Planet "aggiornamento TM" per invio TM Positivo e TM Negativo e richiesta di TM Effettivo e TM Effettivo Negativo da parte del distributore

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/8. Flussi informativi e storicizzazione dei dati

Formazione del personale dipendente

In coerenza con quanto definito dalla procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" la funzione HR ha erogato la necessaria formazione in materia di POG al personale interno impegnato nella progettazione e nel controllo dei prodotti offerti, sulla base delle esigenze formative segnalate.

Archiviazione: La documentazione a supporto è stata archiviata nella seguente cartella di rete: POG versione 2/9. Formazione del personale dipendente (Allegato: lista dipendenti con certificazione di formazione IDD)

Formazione della rete distributiva

Di seguito si riportano le analisi effettuate e le evidenze emerse a seguito dell'applicazione delle misure definite nella procedura "Sviluppo, governo e controllo dei prodotti assicurativi L&S (Product Oversight Governance – POG)" al paragrafo 9.

Attività svolte in occasione del lancio del prodotto – febbraio 2023

È stato realizzato il WBT CPI037 – Easy Plan che verrà messo a disposizione della rete di vendita almeno sette giorni prima l'uscita del prodotto. Il WBT ha una durata di circa 45 minuti ed è destinato alla rete agenziale AXA.

- I contenuti del corso sono:
- caratteristiche del prodotto;
- punti di forza;
- casi studio.

Attività svolte in occasione della rivisitazione del Target Market di prodotto – settembre 2023

È stato aggiornato il WBT a disposizione della rete con il nuovo Target Market

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/10. Formazione della rete distributiva

Monitoraggio

L'analisi di monitoraggio sarà effettuata così come previsto da procedura POG. Gli elementi che saranno sottoposti a monitoraggio sono riportati all'interno del file allegato denominato "L757_KPI Monitoraggio".

L'analisi di monitoraggio sulle polizze emesse dal rilascio del nuovo questionario adeguatezza IBIPS (fine settembre 2023) sarà effettuata tenendo conto dei nuovi elementi e dell'aggiornamento del Target Market.

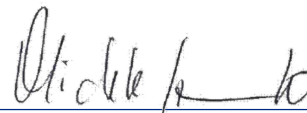
Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG versione 2/ 11. Monitoraggio

Approvazione del prodotto

Step approvativi	Data	Documentazione a supporto
Management Committee (lancio del prodotto)	24/01/2023	Verbale dell'incontro reperibile nella cartella di rete "POG Report versione 1/Governance del processo POG"
POG Meeting (revisione del solo Target Market)	14/09/2023	Verbale dell'incontro reperibile nella cartella di rete "POG Report versione 2/Governance del processo POG"
Management Committee (revisione del solo Target Market)	21/09/2023	Verbale dell'incontro reperibile nella cartella di rete "POG Report versione 2/Governance del processo POG"

Roma 14.09.2023

Luogo e data



Firma del responsabile di processo