

Processo di sviluppo prodotto

1. Introduzione

Versione	Modifiche apportate	Data	Autore della modifica
1.0	Lancio del prodotto	09/11/2023	Direzione Vita

Il prodotto “Programma Valore” si indirizza sia a clienti individui sia a clienti aziende.

Per quanto riguarda i primi, il bisogno di protezione del tenore di vita e del benessere della propria famiglia è molto sentito. Secondo l’ultima rilevazione dell’analisi “Multifinanziaria Retail” elaborata da IPSOS, le principali preoccupazioni degli italiani, oltre alla salute, sono quelle economiche come **l’inflazione** (30%), il **futuro dei figli** (47%), il **mantenimento** dell’attuale **tenore di vita** (31%).

Con riferimento alle imprese, la stragrande maggioranza delle aziende italiane è costituita dall’imprenditore e dai suoi familiari. In queste realtà la figura dell’imprenditore coincide molte volte con la proprietà dell’azienda e con l’amministratore. **Tutti gli elementi di crescita e sviluppo sono concentrati su un’unica o su poche figure**, la cui prematura scomparsa può impattare significativamente la continuità aziendale.

Inoltre, da uno studio di Deloitte, emerge che la pandemia **ha aumentato la propensione all’acquisto di polizze da parte delle imprese**, per tre principali motivi:

- una maggiore consapevolezza dei rischi;
- la volontà di evitare ulteriori impatti negativi sull’attività
- una maggiore vulnerabilità finanziaria.

Tali motivazioni risultano ancor più sentite alla luce del contesto attuale, che rende ancor più evidente il bisogno di proteggere l’attività d’impresa dalle possibili ripercussioni economiche derivanti dal complesso scenario geo-politico internazionale. Nell’ottica di acquisto futuro di diverse tipologie di coperture assicurative, la protezione delle figure chiave aziendali si posiziona al 5° posto (con il 15% di risposte).

FONTI:

- Multifinanziaria Retail 1wave 2023 – IPSOS
- Il futuro delle assicurazioni per le PMI - Deloitte

In questo contesto AXA posiziona il nuovo prodotto di assicurazione a vita intera rivalutabile Programma Valore (A700) (da ora in poi anche “Programma Valore”), che verrà collocato tramite canale agenti. Programma Valore è un’assicurazione a vita intera a capitale rivalutabile, a premio annuo costante e a durata prefissata, che offre una copertura di capitale in caso di prematura scomparsa e la possibilità di riscattare il capitale investito nel caso in cui il Cliente ne avesse esigenza. Offre, inoltre, la possibilità di investire in una gestione separata con caratteristiche di sostenibilità.

Il prodotto ha come obiettivo principale quello di trasmettere ai beneficiari designati un capitale in caso di morte.

In subordine, in caso di vita, il prodotto consente di optare per un riscatto del capitale investito eventualmente rivalutato e di contemperare anche obiettivi di sostenibilità, grazie alla presenza di sottostante sostenibile.

Il prodotto inoltre è strutturato attraverso premio annuo costante con durata pagamento premi prefissata, adatto per chi ha esigenza di investire le proprie disponibilità finanziarie per gestire il capitale iniziale nel tempo. Le prestazioni del prodotto sono collegate alla gestione separata VALORVITA.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi di contesto riportate in questa sezione è archiviata nella cartella: POG Programma Valore 2023 11 / 01 Introduzione.

2. Target Market

Di seguito si riportano le componenti del Target Market del prodotto Programma Valore 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.

Si precisa che, per i soli dipendenti del Gruppo AXA Italia, il prodotto può essere venduto ai dipendenti delle varie società facenti parte del Gruppo, in forza dell'Accordo Integrativo Aziendale tempo per tempo vigente, a condizioni di maggior favore, anche in deroga alle caratteristiche dei vari driver di Target Market di seguito indicati.

Target Market:

1. **Tipologia di Contraente:** persona fisica e persona giuridica.
2. **Tipologia di Assicurato:** persona fisica.
3. **Età del Contraente:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market - **Età dell'assicurato:** 18 - 79 anni (in fase di sottoscrizione) max. 85 anni a scadenza pagamento premi.
4. **Profilo occupazionale:** informazione non rilevante ai fini della definizione del Target Market.
5. **Situazione familiare:** informazione non rilevante ai fini della definizione del Target Market.
6. **Rischi percepiti:**
 - in caso di morte, il rischio percepito è di non trasmettere ai beneficiari designati il capitale caso morte;
 - in via subordinata, in caso di vita, il rischio percepito è di subire perdite di capitale e/o di non ottenere l'accrescimento del capitale atteso.
7. **Esigenze ed obiettivi:** il cliente ha interesse a sottoscrivere un prodotto a vita intera rivalutabile a premio annuo costante a durata prefissata, al fine di perseguire l'obiettivo principale di trasmettere ai beneficiari designati un capitale in caso di morte. Inoltre, il Cliente ha interesse a:
 - proteggere il valore del capitale caso morte nel tempo;
 - in subordine, in caso di vita, optare per un riscatto del capitale investito eventualmente rivalutato;
 - contemperare anche obiettivi di sostenibilità, grazie alla presenza di sottostante sostenibile.
8. **Caratteristiche del prodotto e garanzie:** il prodotto prevede la garanzia del pagamento del capitale assicurato, anche se eventualmente ridotto in funzione del periodo di pagamento dei premi, in caso di decesso dell'assicurato. Il prodotto inoltre è strutturato attraverso premio annuo costante con durata pagamento premi prefissata. Se il cliente ha inoltre esigenza di perseguire obiettivi di sostenibilità, il prodotto è rispondente a tali bisogni grazie alla presenza di un sottostante che promuove, tra le altre caratteristiche, fattori ambientali e sociali.
9. **Capacità di sopportare le perdite:** clienti che possiedono una capacità almeno contenuta di sopportare perdite di capitale (possibilità di perdita limitata del capitale in caso di riscatto anticipato).
10. **Conoscenza del cliente:** clienti con una conoscenza almeno di livello 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.
11. **Conoscenza ed esperienza in materia:** clienti 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.
12. **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.

- 13. Orizzonte temporale di detenzione dell'investimento:** clienti con un orizzonte temporale di detenzione di lungo periodo (più di 6 anni) e basata su classificazione Questionario di Adeguatezza

TARGET MARKET NEGATIVO

1. **Tipologia di contraente:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
2. **Tipologia di assicurato:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
3. **Età del contraente:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo; **Età dell'assicurato:** superiore a 84 anni (in fase di sottoscrizione) superiore a 86 (a scadenza pagamento premi);
4. **Occupazione:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
5. **Situazione familiare:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
6. **Rischi percepiti:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
7. **Esigenze ed obiettivi:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
8. **Caratteristiche del prodotto e garanzie:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
9. **Capacità di sopportare le perdite:** clienti con nessuna o minima capacità di sopportare le perdite, e con necessità di garanzia del capitale;
10. **Conoscenza del cliente:** clienti che non hanno alcuna conoscenza delle finalità e delle principali caratteristiche dei prodotti assicurativi di investimento;
11. **Conoscenza ed esperienza in materia:** informazione non rilevante ai fini dell'individuazione del Target Market Negativo;
12. **Tolleranza al rischio:** clienti che per ottenere i risultati desiderati sono disposti a correre un rischio fino ad un livello basso (corrispondente ad un utile/perdita potenziale massima pari al +/-2% annuo) e basata su classificazione Questionario di Adeguatezza;
13. **Orizzonte temporale di detenzione dell'investimento:** clienti con un orizzonte temporale di detenzione fino a medio-lungo periodo (inferiore o uguale a 6 anni).

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 Programma Valore 2023 11/02 Target Market.

3. 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 Programma Valore il cliente potrà accedere ad un'assicurazione a vita intera rivalutabile a premi annui costanti dedicato alla Rete Agenti e alla Rete dei Dedicati Vita (Welfare Advisor) con le seguenti caratteristiche:

- Età Assicurato: da 18 a 79 anni (in fase di sottoscrizione) (max 85 anni a scadenza periodo pagamento premi).
- Durata: Vita intera;
- Durata Pagamento premi Min 2 anni – max 50 anni (compatibilmente con l'età dell'Assicurato)
- Limiti di premio: l'entità del premio annuo dipende dalla durata pagamento premi e dall'età dell'assicurato. Influiscono il suo stato di salute e le abitudini di vita. La somma massima dei premi pattuiti non potrà essere superiore a 500.000 euro;
- Fondi a disposizione al momento del lancio:
 - Gestione Separata: Valorvita;
- Versamenti aggiuntivi: non consentiti;
- Riscatto Totale: possibile dopo il pagamento di almeno due annualità di premio, con un costo del 2,00% (desunto da un valore di riscatto pari al 98% del coefficiente di riscatto applicato al capitale assicurato o eventualmente al capitale ridotto nel caso in cui non siano stati pagati tutti i premi pattuiti);
- Riduzione: Qualora il contraente interrompa il pagamento dei premi dopo due annualità, l'assicurazione rimane in vigore, libera da ulteriori premi, per un capitale ridotto. In caso di riduzione viene inoltre calcolato un capitale ridotto garantito in caso di morte.

Concept:

Il concept di Programma Valore è stato sviluppato tenendo conto:

- delle analisi di benchmarking del piano prodotti e della strategia di mercato AXA.
- necessità di rivitalizzazione del prodotto interpretando le esigenze dei clienti e del canale distributivo cogliendo le opportunità e sfide del mercato.

Si è andati quindi incontro alle esigenze della Clientela, veicolate dalla rete di vendita, di conferire maggior flessibilità rispetto ai prodotti esistenti attraverso l'introduzione delle principali novità, di seguito elencate:

- ipotesi demografiche e caricamenti più favorevoli per gli assicurati;
- adeguamento dell'età all'ingresso alle nuove policy aziendali;
- introduzione di una nuova metodologia di attribuzione del rendimento della GS;
- revisione della struttura delle penali d'uscita;
- riduzione e riscatto possibili dopo la seconda annualità;
- penale sui premi non pagati più bassa.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/03 Concept e Sviluppo Prodotto.

4. 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).

Si precisa che per i soli dipendenti del Gruppo Assicurativo AXA Italia il prodotto è venduto tramite l'agenzia diretta di direzione.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/04 Scelta del canale distributivo.

5. 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.

Commenti:

CONCEPT TESTING

AXA ha commissionato un'indagine di mercato all'Istituto di ricerca Teleperformance con l'obiettivo di valutare se il prodotto "Programma Valore" soddisfa le esigenze di protezione del target di riferimento, indagandone gli elementi sia su clienti potenziali, di cui sono stati riportati i risultati in modo distinto, sia su clienti AXA. Sono stati intervistati sia clienti "individui/retail" (i.e. "persone fisiche"), sia aziende (nel report "persone giuridiche")

Complessivamente, il prodotto **ha raccolto valutazioni molto positive**, soprattutto fra le persone giuridiche.

In particolare, emerge che il prodotto:

- **risponde alle esigenze del target di riferimento:** l'**82%** degli intervistati **persone giuridiche** ritiene che il prodotto risponda alle proprie esigenze dando una valutazione ≥ 6 su scala 1-10. Il 67% delle **persone fisiche** esprimono una valutazione positiva (≥ 6). Il risultato è ancora più favorevole per i clienti dichiarati AXA: il 98% ritiene che il prodotto sia in grado di soddisfare le loro necessità.
- **suscita un buon livello di interesse:** le **persone giuridiche** esprimono valutazioni decisamente positive con l'**84%** di voti da 6 a 10, per le **persone fisiche** registrano il **70%**. Per i clienti AXA l'interesse è ancora più positivo (92%).
- **risulta estremamente chiaro**, sia presso le persone giuridiche (90% esprime un voto ≥ 6) sia presso le persone fisiche (86% esprime un voto ≥ 6). I possessori di prodotti AXA forniscono una valutazione particolarmente elevata (98%).

L'agenzia della compagnia assicurativa risulta pienamente adeguato come canale di sottoscrizione del prodotto presso il target di riferimento intervistato: il **94%** delle **persone giuridiche** e l'**80%** delle **persone fisiche** considera l'agenzia un canale adeguato alla sottoscrizione della polizza.

In conclusione, le evidenze emerse dall'analisi confermano che il prodotto "Programma Valore" risponde pienamente ai bisogni del target market di riferimento.

Analisi dati interni

Al fine di avere una panoramica più completa sul prodotto in test, sono stati analizzati i dati del portafoglio AXA Assicurazioni in riferimento alla polizza "Vita Intera rivalutabile a premio annuo temporaneo costante" (A665) presente oggi in portafoglio.

Il prodotto registra un **trend crescente di emissioni** sia per numero di polizze che per cumulo di premi.

In particolare, si è registrato un picco di emissioni tra il 2020 e il 2021 come conseguenza della pandemia; mentre nel 2022 i valori sono diminuiti molto e si sono allineati con i dati del periodo pre-covid.

	2018	2019	2020	2021	2022
Premi	8.251.289	8.245.699	10.172.058	16.634.508	7.151.947
# Pezzi emessi	261	322	368	691	590

Infine, negli ultimi 4 anni si segnalano numeri marginali di reccesi e di reclami, che confermano la rispondenza del prodotto ai bisogni dei clienti possessori di polizza.

TESTING TECNICO

Per la stima del Value for Money del nuovo prodotto Programma Valore, la Compagnia, oltre a sviluppare le analisi quantitative tipiche dei prodotti IBIPs, di cui sotto i risultati, ha effettuato delle valutazioni con un focus sulla prestazione corrispondente all'obiettivo principale del Target Market, ovvero «una garanzia di capitale esclusivamente in caso di decesso».

KPI – Definizione	KPI - Metrica	Criteri di superamento
Performance al cliente R (tasso interno di rendimento dell'operazione)	1,09%	R a RHP > 0% per il singolo cliente (sviluppo KID)
Reduction in Yield (impatto dei costi sull'operazione, ovvero differenza tra il tasso interno di rendimento lordo dell'operazione e performance al cliente R)	2,16%	Reduction in Yield a durata attesa < 4% (sviluppo di portafoglio, considerando uscite anticipate per morte e riscatto durante l'intera proiezione del contratto)
Fairness (R/RiY) rappresenta un indicatore di qualità/prezzo dell'operazione	61%	«Fairness» = R / RiY a durata attesa: <ul style="list-style-type: none"> • >50% premi ricorrenti • >100% premi unici (sviluppo di portafoglio, considerando uscite anticipate per morte e riscatto durante l'intera proiezione del contratto)

La Compagnia ha effettuato delle analisi di sensibilità per verificare l'adeguatezza in scenari diversi dal caso medio, ottenendo risultati soddisfacenti.

Inoltre, la Compagnia ritiene il prodotto adeguato in modo particolare per l'obiettivo principale del TM, in quanto i KPI sviluppati, considerando il solo caso morte, rispettano i target alle diverse epoche di valutazione. Si rimanda alla documentazione allegata nella cartella di seguito indicata.

La Compagnia, nell'ambito dei test tecnici di questo prodotto, non ha ritenuto esaustivo il test di Fairness eseguito su dati KID in caso vita (secondo la metodologia definita per i prodotti IBIPs). In questo prodotto, infatti, il beneficio per il cliente consiste prevalentemente nell'ottenere una garanzia di capitale **in caso morte**. Quindi, la Compagnia ha replicato gli indicatori di *fairness* considerando il solo caso morte nell'ambito dell'analisi di Value for Money (Profit test lato Cliente). Le risultanze di tale analisi hanno dato esito soddisfacente, in quanto la prestazione Caso Morte per il cliente nei vari orizzonti temporali risulta sempre superiore all'impatto dei costi.

Infine, la Compagnia, nell'ambito dei test tecnici di questo prodotto, non ha ritenuto applicabile il test di **Benchmarking** basato su dati KID, in quanto non è risultato possibile individuare alcun prodotto comparabile sulla base dei dati di Target Market (canale di distribuzione, tipologia di contratto, tipologia di premio) e delle caratteristiche di prodotto.

TESTING TECNICO ESG

La Compagnia ha svolto l'attività di testing tecnico mirata 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". Per il prodotto in oggetto, considerando che nella Gestione Separata attualmente la percentuale di investimenti ESG risulta pari a 10% (cfr. "sezione Target Market"), il risultato del test tecnico ESG rileva un'adeguatezza ad un profilo di clientela con "media" 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 Programma Valore in relazione alle esigenze di sostenibilità dei clienti. Il test tecnico ESG effettuato sul prodotto risulta essere superato.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/05 Testing del prodotto.

6. 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 occasione del lancio sono state definite le seguenti attività:

- Presenza del prodotto sui canali digitali (sito web AXA, PCC e MyAXA);
- Predisposizione della pagina di prodotto del sito;
- Scheda prodotto cartacea e digitale | persone fisiche;
- Scheda prodotto cartacea e digitale | persone giuridiche.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/06 Lancio del prodotto

7. Outsourcing delle fasi di realizzazione del prodotto

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

Archiviazione: non è presente documentazione a supporto.

8. 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
13/10/2022	News AXA Planet per invio TM Positivo e TM Negativo e richiesta di TM Effettivo e TM Effettivo Negativo da parte del distributore
14/11/2023	Circolare lancio del Prodotto con allegata scheda tecnica

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/08 Flussi informativi e storicizzazione dei dati.

9. 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 Programma Valore 2023 11/09 Formazione del personale dipendente (Allegato: lista dipendenti con certificazione di formazione IDD).

10. 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.

È stato realizzato il CPI068 - Programma Valore che verrà messo a disposizione della rete di vendita almeno sette giorni prima l'uscita del prodotto. Il WBT ha una durata di circa 30 minuti ed è destinato alla rete agenziale AXA.

I contenuti del corso sono:

- caratteristiche del prodotto;
- punti di forza;
- casi studio.

Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/10_Formazione della rete distributiva

11. 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 “A700_KPI Monitoraggio”.

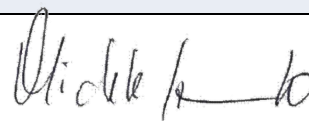
Archiviazione: la documentazione a supporto delle analisi effettuate per questa Sezione sono archiviate nella cartella: POG Programma Valore 2023 11/11_Monitoraggio.

Approvazione del prodotto

Step approvativi	Data	Documentazione a supporto
POG Meeting	23/10/2023	Verbale dell'incontro reperibile nella cartella di rete "POG Programma Valore 2023 11/00 POG Report/Governance del processo POG"
Management Committee	07/11/2023	Verbale dell'incontro reperibile nella cartella di rete "POG Programma Valore 2023 11/00 POG Report/Governance del processo POG"

Roma 23 ottobre 2023

Luogo e data



Firma del responsabile di processo