



# Product Governance nella distribuzione e nella consulenza alla clientela

17 Novembre 2017

A large, light grey, stylized arch graphic that spans the width of the slide, positioned below the date.

# Contesto di riferimento

## REQUISITI NORMATIVI

### Normativa di I livello

- MiFID II, Direttiva 2014/65/UE, artt. 16, 24

### Normativa di II livello

- Direttiva Delegata (UE) C(2016) 2031 del 7/4/2016, artt. 9, 10
- Final Report ESMA «Guidelines on MiFID II Product Governance requirements» 2/6/2017

## PRINCIPALI TOPIC

### Product Governance

- Principali novità normative per la gestione del catalogo di offerta
- Possibili logiche di riclassificazione dell'offerta in classi equivalenti

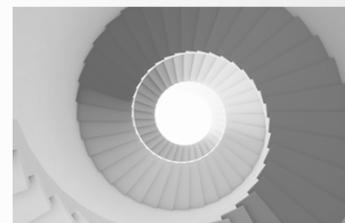
# La Product Governance

Il nuovo paradigma introdotto dalla Normativa Comunitaria

## Obiettivi della normativa

- Garantire che i **prodotti finanziari** assolvano all'**interesse effettivo del cliente**
- Evitare situazioni di **mis-selling** garantendo che i prodotti offerti siano **coerenti** con le caratteristiche del target clientela
- Favorire la **trasparenza** assicurando che il cliente riceva tutte le **informazioni necessarie** a comprendere le caratteristiche degli strumenti e i profili di rischio-rendimento
- Sviluppare una **proposition attiva** su prodotti con una **convenienza economica** (a parità di contenuto) evitando costi ingiustificati per il cliente

## Linee guida di sviluppo



REVISIONE DEL  
PROCESSO DI PRODUCT  
GOVERNANCE DURANTE  
L'INTERO CICLO DI VITA  
DEL PRODOTTO ...



... REVISIONE DELLE  
LOGICHE DI  
CLASSIFICAZIONE DELLA  
GAMMA PRODOTTI PER  
L'IDENTIFICAZIONE DI  
CLASSI EQUIVALENTI



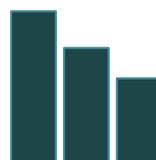
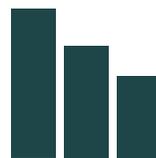
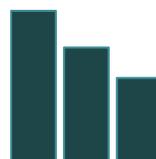
# Obiettivo di una buona product governance

Creare soluzioni cliente centriche

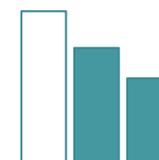
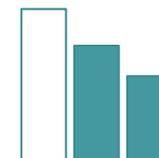
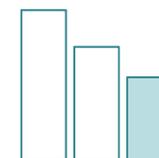
Se non capisci a cosa serve uno strumento finanziario, non lo utilizzare, se non acquisterai per te un prodotto, non lo vendere, se tu non conosci sufficientemente bene un cliente, non prestare (offrire) nulla – Emilio Botin



## PORTAFOGLIO

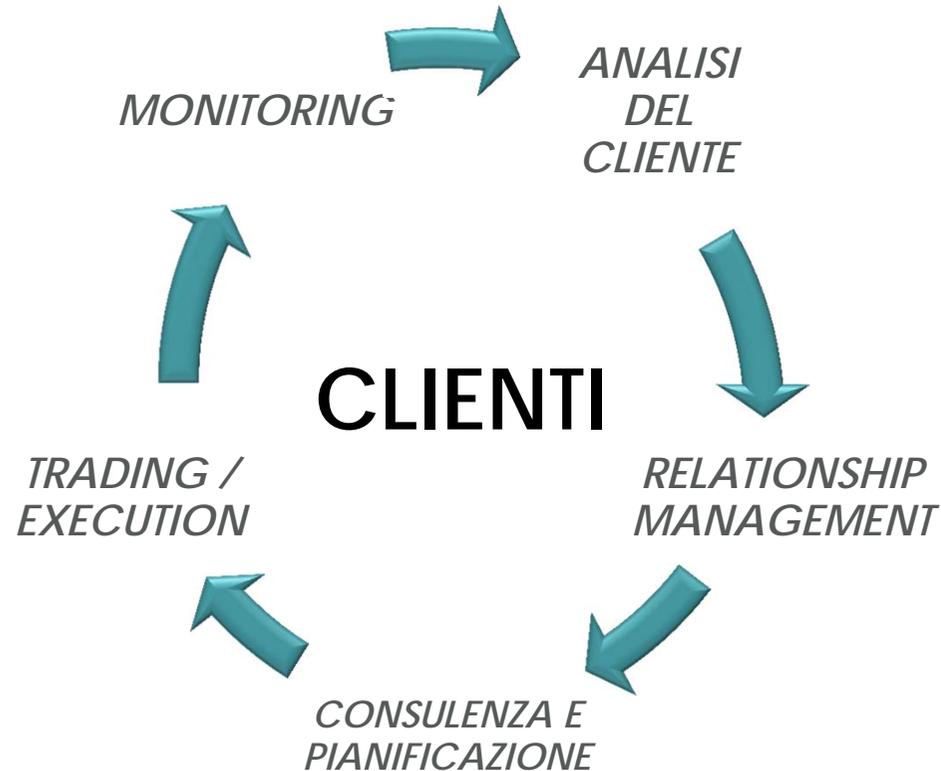


## PRODOTTO



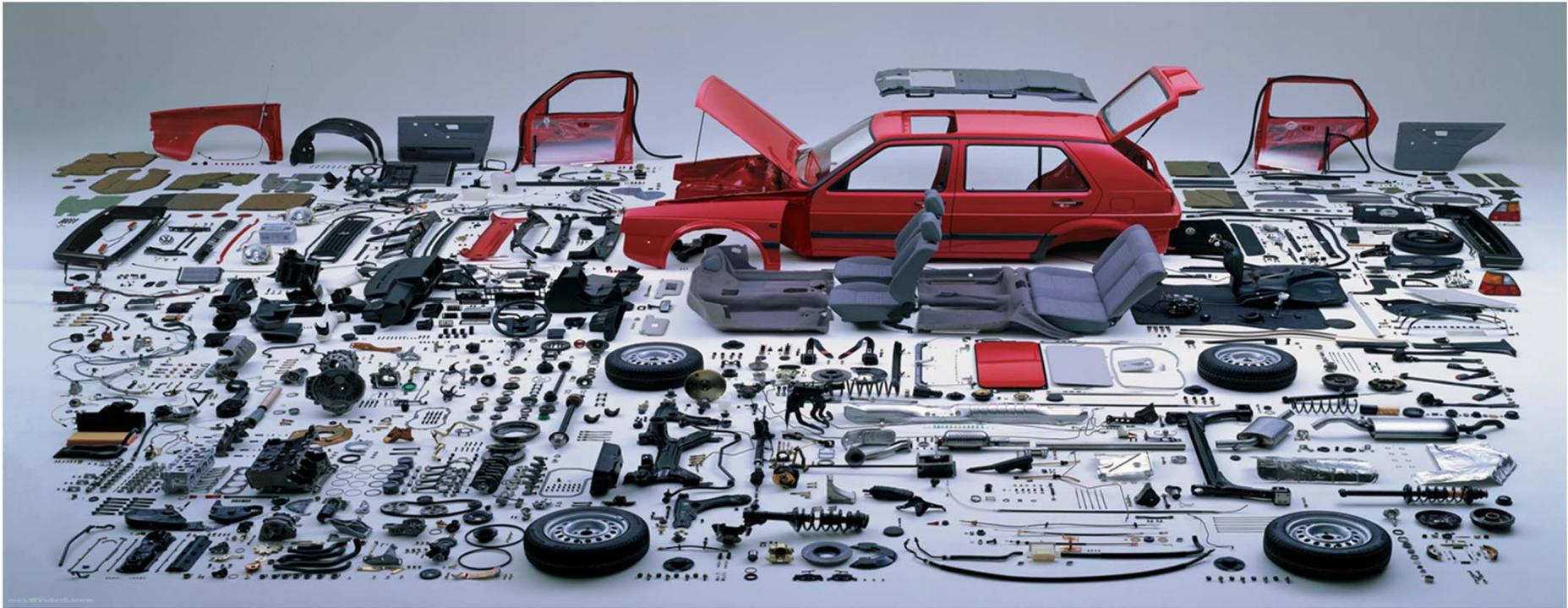
# La consulenza...un processo circolare

- CONSULENTE**
  - Comprendere i bisogni del cliente,
  - Gestire le aspettative del cliente,
  - Valutare e monitorare nel continuo le soluzioni proposte.
- ASSET ALLOCATOR (PRODOTTI ED ADVISORY)**
  - Strutturare soluzioni per la gestione dei bisogni,
  - Indicazioni strategiche vs tattiche,
  - Gestire i rischi dei portafogli modello.
- ASSET MANAGER**
  - Gestire le opportunità di investimento,
  - Massimizzare i ritorni in relazione ai rischi,
  - Identificare nuove sorgenti di rendimento.



## La Consulenza ..... Un processo Olistico

...I Prodotti...

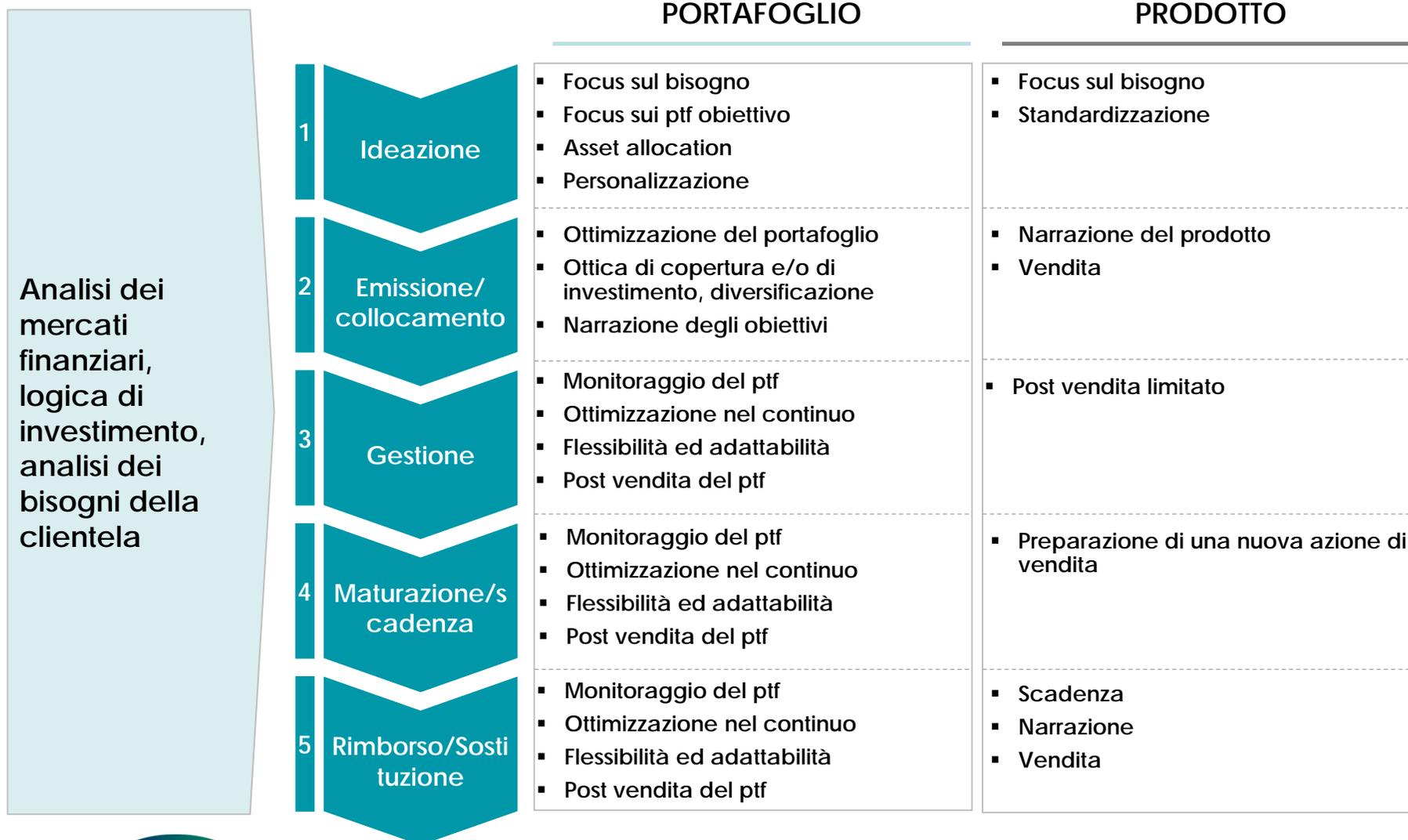


...la Consulenza



# Ciclo di vita del prodotto

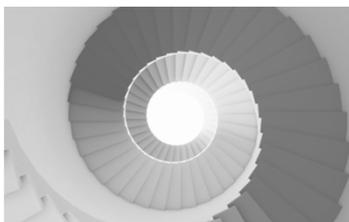
Diversa attenzione a seconda del modello di consulenza



# La Product Governance

Principali tematiche

1



Revisione del processo di Product Governance durante l'intero ciclo di vita del prodotto

2

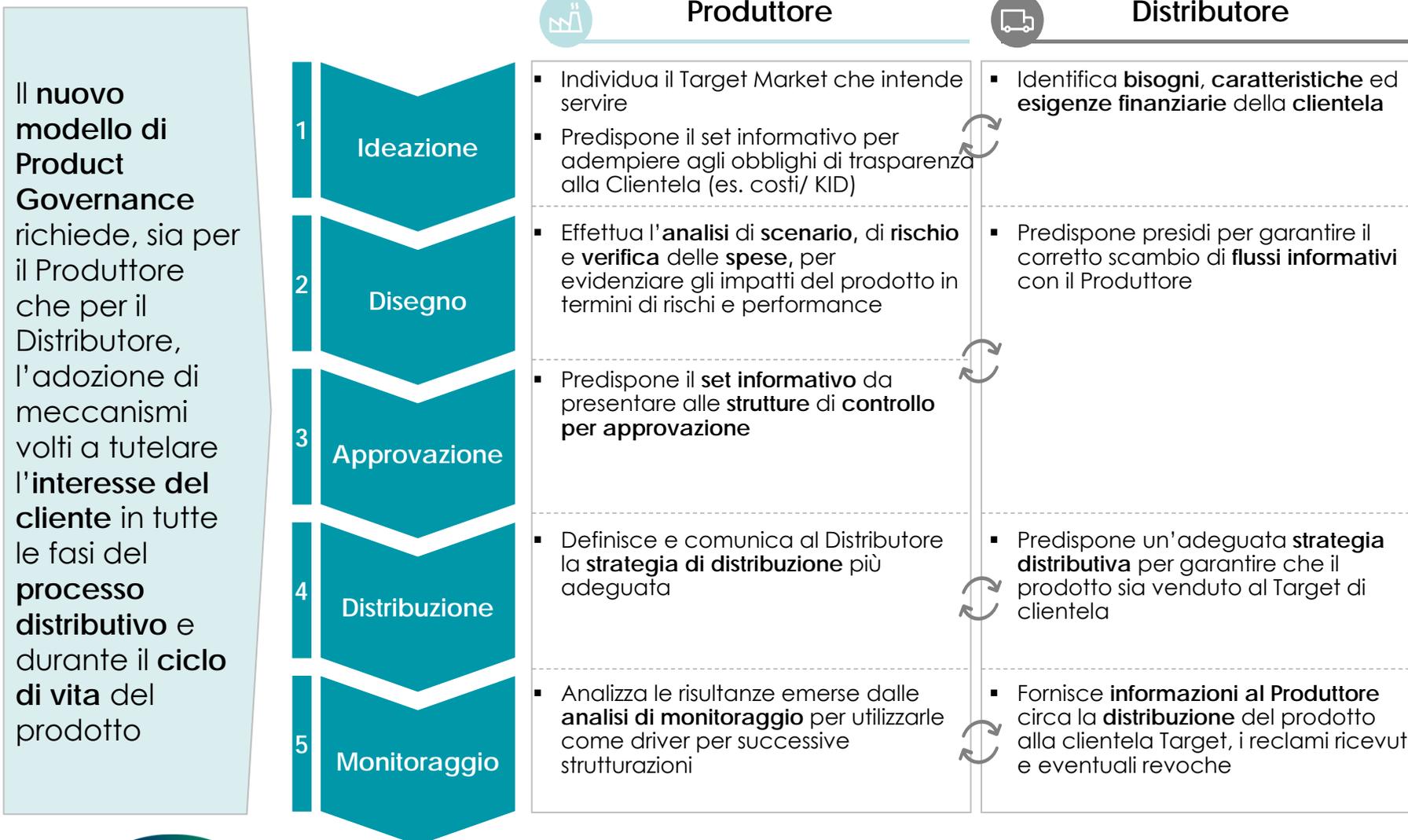


Revisione delle logiche di classificazione della gamma prodotti per l'identificazione di classi equivalenti



# Nuovi ruoli del Produttore e Distributore

L'attenzione al cliente è centrale in ogni fase del ciclo di vita del prodotto e richiede maggior interazione tra Produttore e Distributore





# Monitoraggio

Per garantire la coerenza tra Prodotto e Target Market è necessario un sistema di Distribuzione nel continuum che coinvolge Produttore e Distributore



## Produttore

- **Revisione delle performance** dei prodotti su base **periodica** o **al ricorrere di eventi** rilevanti definiti ex ante
- **Definizione e implementazione di azioni di mitigazione**
  - **Informativa al Distributore** dell'evento rilevato o delle sue conseguenze
  - **Revisione e/o aggiornamento del prodotto**
  - **modifiche al processo** di approvazione del prodotto
  - **sospensione/ blocco** dell'offerta dello strumento finanziario
  - **interruzione della relazione** con il Distributore
  - **informativa** al Regulator



## Distributore

- **Revisione periodica del target market effettivo** al ricorrere di eventi rilevanti definiti ex ante
- **Definizione e implementazione di azioni di mitigazione**
  - **Comunicazione al consumatore** delle azioni correttive adottate (con eventuale proposta al consumatore di uno switch di prodotto)
  - **sospensione/ blocco dell'offerta** dello strumento finanziario
  - **dialogo con il Produttore** per interventi sul processo/ canali distributivi
  - **interruzione della relazione** con il Produttore
  - **informativa al Regulator**

Il Produttore e il Distributore raccolgono informazioni in merito all'**andamento** dei **prodotti emessi e/o distribuiti** e condividono tali informazioni per valutare eventuali **interventi** sul prodotto

Principali attività del Distribuzione

# La Product Governance

Principali tematiche



1

Revisione del processo di Product Governance durante l'intero ciclo di vita del prodotto



2

Revisione delle logiche di classificazione della gamma prodotti per l'identificazione di classi equivalenti



# Logiche di riclassificazione dell'Offerta

Nell'ambito del servizio di consulenza, l'intermediario è tenuto a privilegiare i prodotti che, a parità di caratteristiche, hanno una struttura di costo inferiore

## Contesto normativo

*Art. 54 (9) Regolamento Delegato della Commissione Europea del 25.04.2016*

Le **imprese di investimento** dispongono di **appropriate politiche e procedure**, dimostrabili, per assicurare di **essere in grado** di comprendere la **natura e le caratteristiche**, compresi i **costi e i rischi**, dei servizi di investimento e degli strumenti finanziari selezionati per i clienti e di **valutare**, tenendo conto dei costi e della complessità, **se servizi di investimento o strumenti finanziari equivalenti** possano **corrispondere al profilo del cliente**

## Implicazione

Riclassificazione del **catalogo di offerta** per consentire l'**identificazione di prodotti** con caratteristiche omogenee, **comparabili** in termini di **costi e rendimento** da preferire nelle raccomandazioni al cliente

## Principali attività

- » Definizione di un **approccio metodologico** per la **comparazione degli strumenti finanziari** (es. fondi)
- » **Analisi dei prodotti di risparmio** (polizze, linee di gestione patrimoniale) **per la verifica** delle variabili che generano un'eventuale **diformità** nella struttura di **costo** applicata alla clientela (es. livelli di personalizzazione)
- » Eventuale **rinegoziazione** degli **accordi commerciali** con i produttori di quei **prodotti** che mostrano una **struttura di costo non allineata** alla media della classe equivalente



# Definizione di prodotti equivalenti

Un possibile approccio per la classificazione dei fondi

## Principali fasi e macro attività

