



Requisiti di Governo e controllo del prodotto applicabili alle imprese di assicurazione: relazioni con le attività svolte dalla Funzione Attuariale

Tommaso Viola
Ordine degli Attuari

Roma, 4 Luglio 2018

PRINCIPALI ASPETTI NORMATIVI

Il D. Lgs. n. 68/2018 ha recepito in Italia la Direttiva UE n. 97/2016, in materia di distribuzione assicurativa, inserendo, all'interno del Codice delle Assicurazioni Private, tra gli altri, l'Articolo 30-decies: «requisiti di Governo e controllo del prodotto applicabili alle imprese di assicurazione e agli intermediari che realizzano prodotti assicurativi da vendere ai clienti».

Tale articolo richiede l'attuazione di un **processo di approvazione per ciascun prodotto assicurativo e per ogni modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente**, prima che sia commercializzato o distribuito ai clienti, ad eccezione dei prodotti che si riferiscono ai c.d. «grandi rischi» (art. 1.1/r del Codice delle Assicurazioni Private).



PRINCIPALI ASPETTI NORMATIVI

La normativa secondaria, in corso di emanazione da parte dell'IVASS (Schema di Regolamento IVASS n.6/2018), non aggiunge ulteriori attività da svolgere per le Imprese, ai fini dell'attuazione del processo di approvazione del nuovo prodotto, se non quelle già descritte all'Art. 30-decies del CAP e all'interno del Regolamento Delegato UE 2017/2358, che disciplina nello specifico le norme a cui le Imprese devono attenersi per la realizzazione del processo di approvazione.

Quali sono i passi da descrivere nelle procedure per un corretto adempimento normativo in materia di processo di approvazione di un prodotto?



I PASSI DI UN PROCESSO DI APPROVAZIONE DI UN NUOVO PRODOTTO

- ideazione del nuovo prodotto;
- individuazione del mercato di riferimento a cui il nuovo prodotto intende rivolgersi e delle reti di distribuzione del nuovo prodotto;
- realizzazione del nuovo prodotto;
- **test sul nuovo prodotto**;
- lancio e collocamento del nuovo prodotto;
- scambio informativo con i distributori sul nuovo prodotto;
- monitoraggio e **revisione** periodici del nuovo prodotto.



IL TEST DA ESEGUIRE SUL NUOVO PRODOTTO

Con l'obiettivo di verificare:

- se il prodotto, per la completa durata di vita del contratto, soddisfi le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche individuati per il mercato di riferimento;
- se il processo di realizzazione del nuovo prodotto sia corretto;

una funzione aziendale dovrà eseguire un test sul nuovo prodotto, di tipo:

- qualitativo, per ciascun nuovo prodotto;
- quantitativo, se appropriato alla tipologia del nuovo prodotto, alla sua natura e ai relativi rischi di pregiudizio per i clienti (test facoltativo).

Il test può essere identificato, ad esempio, da una “check list” in cui, per ciascun item, deve essere riportato il risultato (“positivo” o “negativo”). A seguito della presenza di un significativo numero di item con risposta negativa, l'esito del test può ritenersi negativo a giudizio e discrezione della competente Funzione aziendale, e pertanto il prodotto non è coerente ai bisogni, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento. In tal caso, il prodotto non sarà commercializzato e il processo di approvazione sarà riavviato al fine di verificare che le azioni intraprese rendano il prodotto commercializzabile.



UN ESEMPIO DI CONTENUTI DEL TEST DA ESEGUIRE SUL NUOVO PRODOTTO

- una verifica se la documentazione rilasciata al cliente e al canale distributivo consente di rappresentare adeguatamente le garanzie offerte e le eventuali esclusioni dall'assicurabilità;
- una verifica se i criteri assuntivi consentono di rilevare sufficienti informazioni al fine di stabilire se il prodotto è rispondente alle esigenze del cliente appartenente al mercato di riferimento;
- una verifica se il prodotto si sovrappone, in termini di garanzie, con altri prodotti della medesima tipologia, già offerti dalla Compagnia al mercato di riferimento, operando in tal modo una razionalizzazione dell'offerta;
- una verifica sui reclami ricevuti a seguito della commercializzazione di prodotti simili, al fine di comprendere se il nuovo prodotto possa prevedibilmente diminuire il rischio di reclami rispetto ai prodotti simili già in distribuzione;
- una verifica, sulla capacità del prodotto, di coprire le esigenze del mercato di riferimento fino alla scadenza del contratto;
- una verifica se il canale di vendita è in grado di raggiungere i clienti definiti nel perimetro del mercato di riferimento e di supportare il cliente nella comprensione del prodotto;
- una verifica se i processi aziendali necessari alla gestione del nuovo prodotto sono adeguati;
- **una verifica sulla misura di variazione dei premi in base alla variazione delle basi tecniche.**

Il test può essere ampliato in base alla natura dei rischi da assicurare tramite il collocamento del nuovo prodotto.



LA REVISIONE PERIODICA DA ESEGUIRE SUL PRODOTTO GIÀ APPROVATO

Con l'obiettivo di verificare:

- se il prodotto distribuito continua ad essere coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato nella fase di sviluppo del prodotto;
- se il prodotto è distribuito all'interno del perimetro definito per il mercato di riferimento;

la competente Funzione aziendale esegue una revisione del prodotto, con periodicità da stabilire in modo discrezionale, fino alla completa estinzione dell'ultima polizza stipulata per il prodotto.

In merito agli aspetti quantitativi della revisione, la Funzione dovrebbe eseguire:

- una verifica ex post della corretta applicazione dei limiti assuntivi sulle polizze acquisite tramite il distributore, al fine di verificare il rispetto dei perimetri applicati al mercato di riferimento;
- una verifica dello scostamento delle ipotesi formulate per il calcolo dei premi e i risultati dell'esperienza diretta **che potrebbero arrecare pregiudizio** ai clienti;
- uno stress test quantitativo per la verifica della variazione di premio rispetto al target iniziale, volto **a quantificare il rischio di pregiudizio ai clienti**.



UN POSSIBILE TEST PER LA QUANTIFICAZIONE DEL RISCHIO DI PREGIUDIZIO AL CLIENTE

- Prodotto danni monoannuale «rimborso spese mediche» (rischi infortuni e malattia);
- target combined ratio posto alla base del calcolo del premio di tariffa: **86%**;
- serie storica mensile dei combined ratios rilevati nel primo anno di commercializzazione del prodotto:

mese	Combined ratios mensili
gen-17	104%
feb-17	103%
mar-17	91%
apr-17	90%
mag-17	75%
giu-17	81%
lug-17	80%
ago-17	95%
set-17	86%
ott-17	68%
nov-17	65%
dic-17	49%

- Ipotesi di distribuzione di danno di tipo lognormale, previa verifica con alcuni test di bontà di adattamento (Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling, Shapiro-Wilk, Jarque-Bera):

$$X \sim \text{LOGNORM}(82,25; 2,62\%)$$



RISULTATO DEL TEST QUANTITATIVO

Il target combined ratio si colloca al 60-mo percentile della distribuzione di danno; il premio stabilito, che doveva garantire un target combined ratio pari a 86%, ha permesso un risparmio di 4 punti di combined ratio rispetto al target, in base al criterio del valore atteso, che potrebbero generare un risparmio per il cliente se l'Impresa decidesse di diminuire il premio in considerazione dell'esito del test, senza modificare il target di redditività inizialmente imposto:

media campionaria	dev. std. campionaria	probabilità	Combined Ratio
82,25%	16,19%	99,5%	124,0%
82,25%	16,19%	90%	103,0%
82,25%	16,19%	80%	96,0%
82,25%	16,19%	70%	90,6%
82,25%	16,19%	59%	86,0% TARGET COMBINED RATIO

In generale, maggiore è il percentile della distribuzione di danno a cui corrisponde il target combined ratio prefissato nella costruzione della tariffa, maggiore è il rischio di pregiudizio al cliente: soglie di percentili particolarmente elevate potrebbero rappresentare un significativo rischio di pregiudizio.



LA FUNZIONE ATTUARIALE E I REQUISITI DI GOVERNO E CONTROLLO DEL PRODOTTO

- Allo stato attuale, la normativa non prevede un intervento diretto della Funzione Attuariale sui requisiti di governo e controllo del prodotto;
- è auspicabile che la Funzione Attuariale verifichi, in fase di rilascio del proprio parere sulle politiche di sottoscrizione globale, la coerenza delle proprie conclusioni con quelle proposte dalla Funzione aziendale che svolge il test e la revisione del prodotto, per il complesso dei nuovi prodotti distribuiti nell'anno solare o nella periodicità in cui la Funzione Attuariale rilascia il proprio parere, soprattutto con riferimento agli scostamenti tra le ipotesi di base e i risultati dell'esperienza diretta; in caso di discordanza sarebbe utile una informativa sulle relative ragioni;
- è auspicabile che la Funzione Attuariale attui un processo di confronto dei risultati ottenuti nella quantificazione dell'incertezza connessa alla stima delle riserve tecniche e i risultati ottenuti negli stress test connessi alla fase di revisione, all'interno del processo di approvazione del prodotto;
- è auspicabile che la Funzione Attuariale supporti l'Impresa nel confronto dei risultati tra gli stress test eseguiti ai fini O.R.S.A. sui rischi tecnici e gli stress test connessi alla fase di revisione, all'interno del processo di approvazione del prodotto.



Grazie per l'attenzione!

Tommaso Viola

Ordine degli Attuari

