
Le nuove regole di product governance ed il ruolo della Compliance

Rodolfo Zingariello, *Head of Advisory – Compliance Italy*, **Unicredit SpA**

Milano, 21 giugno 2016

Funzione di compliance e attività di controllo

MiFID I

- **la Funzione di compliance** controlla e **valuta regolarmente l'adeguatezza e l'efficacia delle procedure adottate e delle misure adottate per rimediare a eventuali carenze nell'adempimento degli obblighi da parte dell'intermediario** – Reg. Cong. 16 (2a)
- **la Funzione di compliance** valuta il rischio di non conformità sotteso alle scelte strategiche adottate e **svolge un'attività di verifica preventiva e di successivo monitoraggio dell'efficacia delle procedure aziendali in un'ottica di prevenzione e controllo dei rischi di non conformità alle norme poste a tutela della clientela in tema di servizi di investimento, distribuzione di prodotti finanziari e gestione collettiva, e ciò anche in relazione all'evoluzione del contesto normativo e operativo di riferimento** – Com. Consob 8/3/2011
- *It is good practice that key features of such arrangements set up by manufacturers or distributors: [...] ensure that the product governance arrangements are appropriately controlled, involving among other functions such as compliance (ESMA – structured retail products - 2014)*

MiFID II

- **Direttiva 2014/65/UE:**
 - conferma le regole MiFID e il ruolo centrale della funzione di compliance nel processo di definizione del modello di servizio degli intermediari
 - specifica attività di monitoraggio / controllo specifico su rete tied agent
 - Introduce nuovi istituti e disciplina regolamentari...



Product Governance

Product governance

obiettivi

- **Ridurre il rischio di mis-selling** introducendo un principio (organizzativo, con riflessi operativi) **finalizzato a garantire una generale coerenza tra prodotti venduti e servizi prestati e la clientela target di riferimento**

Ambito oggettivo

- **strumenti finanziari**
- **servizi di investimento**

Ambito soggettivo

- **Imprese di investimento / Banche** (*cfr. modifiche TUF – mag 2016*)
- **SGR** (*no per gestione collettiva – cfr. modifiche TUF – mag 2016*)
- **Imprese assicurazione**

Principali processi impattati

1

Definizione
gamma offerta /
target market

2

Processi di
distribuzione

3

Monitoraggio
/ flussi
informativi

Focus distributore

1- Definizione gamma prodotti offerti – principali obblighi

Definizione processo

- Principali obblighi**
- **Garantire un efficace controllo da parte degli organi di gestione del distributore in ordine al processo di product governance**, in relazione al perimetro di prodotti offerti e al relativo target market
 - **Definire ruoli e responsabilità delle strutture coinvolte** nel processo di definizione dei prodotti offerti
 - **Verificare il sorgere di conflitti di interesse nella vendita di prodotti** specialmente quando la società che vende il prodotto sia anche l'emittente o agisca come controparte della operazione.

Definizione del target market

- **Ottenere dal produttore le informazioni relative al Target Market**
- **Determinare il target market al fine di assicurare che i prodotti / servizi offerti siano compatibili con le caratteristiche, esigenze ed obiettivi della clientela**

Punti di attenzione

- Curare in particolare la **gestione del conflitto derivante dal possibile doppio ruolo assunto dall'intermediario** - specie se bancario - di emittente e prestatore di servizi di investimento per aspetti connessi alla necessità di risorse patrimoniali e di funding
- **Verifica della compatibilità dei criteri di TM definiti da produttore**
- **Esame di coerenza tra criteri sottesi alla determinazione dei parametri di rischio tra produttore e distributore**
- **Previsti differenti livelli di granularità** e dei criteri alla base del TM (dettaglio maggiore richiesto per prd complessi e soggetti a bail in)
- **TM su servizi di investimento (GP?)**

2 - Processi di distribuzione – principali obblighi

Modello consulenza

Principali obblighi

- **Adottare il modello di consulenza / vendita adeguata al target market attraverso la definizione delle leve da utilizzare per il governo della distribuzione delle vendite dei prodotti, ad es.:**
 - **introduzione di filtri bloccanti /warning** nella selezione delle strategie di raccomandazione dei prodotti
 - **inibizione attività di consulenza iniziativa Banca** su specifici prodotti per determinati criteri (ad es. età / profilo rischio)

punti aperti / di attenzione

- **TM vincolante o TM prevalente soprattutto in un'ottica di consulenza di portafoglio?**
- **Definizione di politiche remunerative della rete** coerenti decisioni sul TM dei prodotti finanziari, al fine di mitigare i potenziali conflitti di interesse

Know your merchandise

- **Assicurare che il personale interessato possieda le competenze necessarie** per comprendere le caratteristiche dei rischi dei prodotti che intendono offrire o raccomandare e dei servizi forniti, nonché i bisogni, le caratteristiche e gli obiettivi del mercato di riferimento individuato.

- **Documento livello III (2015/753) sul tema presenta aspetti critici: ad es. vincolo dei 5 anni di esperienza maturata o il fatto che non si tenga conto di disciplina regolamentare già esistente nei diversi Paesi (es. disciplina PF in Italia)**

3 – Monitoraggio/ flussi produttore e distributore – principali obblighi

**Attività di
monitoraggio
/
Flussi tra
produttore e
distributore**

Principali obblighi

- **Prevedere monitoraggi ex-post sull'effettivo rispetto del TM** in relazione alle vendite dei prodotti finanziari e sulla raccolta dei dati relativi alla vendita da comunicare alla product provider
- **Assicurare un'informativa all'organo del distributore validante l'offerta dei prodotti / relativo TM** in merito alla verifica su andamento vendite
- **Informare periodicamente il product provider sui dati relativi ai prodotti distribuiti** per permettere a quest'ultimo di avere elementi necessari per una revisione del prodotto e verificare se lo stesso rimane coerente con i bisogni, le caratteristiche e gli obiettivi del TM definiti dal product provider
- Tra le informazioni rilevanti potrebbero essere incluse **i dati relativi all'ammontare delle vendite effettuate fuori TM**, informazioni riassuntive sulle tipologie dei clienti a cui è stato distribuito il prodotto, **reclami o feedback clientela**

Punti di attenzione

- **Feedback da fornire al product provider sulla coerenza delle vendite rispetto al TM del manufacturer** (recital 20)
- **Revisione delle convenzioni di collocamento** per integrarle con la nuova disciplina (flussi di informazioni / modello commissionale?)

Prd governance - Ruolo e attività della funzione di compliance

1 Definizione gamma offerta / target market

Principali attività

- **Assicurare nel continuo una supervisione sull'intero processo di product governance** al fine di verificarne l'efficacia e il rispetto dei requisiti previsti
- **Assicurare coerenza tra il processo di definizione della gamma prodotti offerti e target market e il processo di determinazione del budget** dei prodotti di investimento affinché siano adeguatamente tenuti in considerazione gli effettivi bisogni della clientela
- **Assicurare che i prodotti offerti** siano compatibili con gli elementi del target market identificato
- **Validare la politica di remunerazione delle reti di vendita in coerenza con i target market** dei prodotti in offerta
- **Validazione del target market proposto tenendo conto:**
 - **compatibilità con target market del produttore / distribution strategy** del produttore
 - eventuali **situazioni di conflitto di interessi**
 - effettiva **coerenza tra caratteristiche prodotto / cliente**

tipologia controlli

Controlli ex-ante / validazioni preventive

Prd governance - Ruolo e attività della funzione di compliance

	<i>Principali attività</i>	<i>tipologia controlli</i>
<div>2</div> <div>Processi di distribuzione</div>	<p>➤ Validazione dei processi / modello di consulenza con particolare riferimento ai vincoli / leve procedurali per la corretta offerta dei prodotti al target market pre-determinato, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Validazione di cataloghi prodotti differenziati per cluster di clientela in funzione dei target market validazione di strategie commerciali personalizzate in funzione dei cluster di target market di clientela 	<p>Controlli ex-ante / validazioni preventive</p>
<div>3</div> <div>Monitoraggio / flussi informativi</div>	<p>➤ Revisione/ Estensione delle attività monitoraggio di PF specifica per product governance, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Indicatori anomalia, in relazione al rispetto delle regole di condotta strumenti di intervento (ad es. nei confronti del cliente anche con interviste / nei confronti del PF, in termini di attività di formazione o analisi reclami dei PF) <p>➤ Introduzione verifiche di II livello su andamento vendite coerente con TM (produttore / distributore)</p>	<p>Controlli ex- post</p>

Conclusioni

Prd Governance: **principali punti da presidiare** da parte della funzione di compliance:

1. **Identificazione del TM** lato distributore **e rapporto / compatibilità con TM case prodotto**, soprattutto per modelli di servizio *open architecture*
2. **Presidio dei modelli** di determinazione del **budget** dei prodotti di investimento **e di remunerazione / incentivazione della rete**
3. **Adozione di presidi di monitoraggio ex-post** per verifica vendite effettive **e set up flussi su produttore**



Q&A

Grazie per l'attenzione.