

IL LAVORO DELL'EIOPA SUL VALUE FOR MONEY

Relatore: **Fausto Parente**, Direttore Esecutivo dell'EIOPA

06 Giugno 2025

Algorithmic - Event

Agenda

1. Introduzione generale alla POG (Product Oversight and Governance)
2. Approfondimento: Il "Value for Money" – L'impegno dell'EIOPA per i prodotti di investimento assicurativi (IBIP)
3. Retail risk indicators per la valutazione del valore nelle assicurazioni non vita
4. Altre iniziative significative in ambito POG per la tutela e la valorizzazione degli interessi dei consumatori

1.1. POG – elemento chiave del lavoro normativo

Garantire buoni risultati per i consumatori e fiducia

- **IDD:** richiede che le imprese di assicurazione agiscano sempre in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse dei loro clienti.
- **Regolamento Delegato POG:** richiede che i prodotti siano compatibili con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi di un mercato di riferimento definito.
- **Obiettivo:** approcci incentrati sul consumatore siano implementati nella pratica. Come: gli interessi dei clienti assumono primaria importanza durante la progettazione del prodotto e per tutto il suo ciclo di vita – approvazione del prodotto (incl. valutazione del mercato di riferimento e test del prodotto), distribuzione e monitoraggio e revisione del prodotto.
- **Impatto:** l'applicazione dei requisiti POG dovrebbe prevenire o mitigare i casi di danno ai consumatori.

Lavoro relativo alla POG da parte dell'EIOPA

- Il lavoro iniziale sulla POG si è concentrato sulla convergenza della vigilanza: capitolo del Manuale di Vigilanza dell'EIOPA (aprile 2020) e approccio dell'EIOPA alla vigilanza sulla POG (settembre 2020).
- Ulteriore lavoro si è concentrato nel garantire che le NCA (autorità nazionali competenti) vigilino adeguatamente sui requisiti POG e sulla corretta applicazione dei requisiti POG da parte dell'industria:
 - supervisory statement sui requisiti POG nel contesto del COVID-19 (luglio 2020): [link](#)
 - supervisory statement sulla valutazione del "Value for Money" dei prodotti assicurativi unit-linked nell'ambito della POG (novembre 2021): [link](#)
 - supervisory statement sulle esclusioni nei prodotti assicurativi relative a rischi derivanti da eventi sistemici (settembre 2022): [link](#)
 - supervisory statement sulle pratiche di tariffazione differenziata nei rami assicurativi danni (marzo 2023): [link](#)
- I requisiti POG sono considerati tra le priorità strategiche dell'EIOPA in materia di vigilanza e convergenza della vigilanza

1.2 POG – elemento chiave del lavoro normativo



Processi e procedure adeguati per garantire la centralità del cliente

- La supervisione del POG dovrebbe essere proporzionata e adattare l'azione di vigilanza in base alla complessità del prodotto, al modello di business, alle dimensioni, ecc.
- Dovrebbe garantire l'adeguata e corretta applicazione dei requisiti del POG e che le politiche e le procedure del POG conducano a buoni risultati per i consumatori.

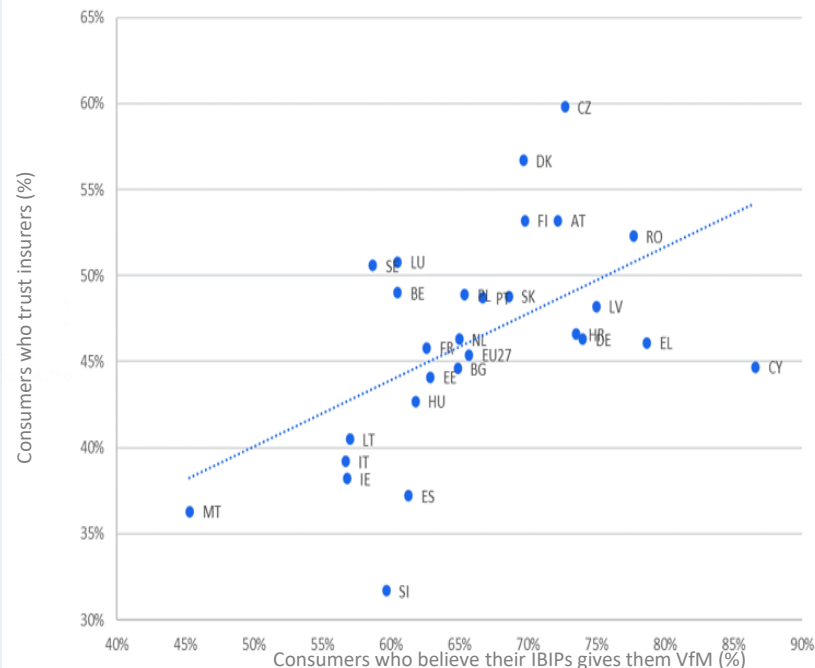


Il POG è un requisito orientato ai processi; tuttavia, la supervisione si concentra anche su:

- Affrontare i rischi e le problematiche legate ai prodotti garantendo che produttori e distributori abbiano la capacità di identificare e mitigare tali rischi e problematiche
- Assicurare che i prodotti e le loro caratteristiche corrette siano allineati alle esigenze, agli obiettivi e alle caratteristiche del mercato di riferimento

2.1 Perché è necessario lavorare sul "Value for Money"

- La presenza di prodotti che offrono ancora poco o nessun valore può causare una **perdita di fiducia** da parte dei consumatori.
- L'Eurobarometer 2024 dell'EIOPA rivela che :
 - Il 25% dei consumatori dell'UE ritiene che i propri IBIP **non offrano value for money**.
 - Il 17% dei consumatori dell'UE cita i **costi e le commissioni elevati** come le ragioni principali per non acquistare/rinnovare un IBIP.
 - **Costi bassi e il rendimento** sono gli aspetti più importanti per i consumatori (rispettivamente per il 37% e il 34% dei consumatori dell'UE).
- Il «Cost and Past Performance report» rivela che i prodotti con possibili problemi di value for money **riguardano il 10/15% dei prodotti, spesso concentrati in poche imprese.**



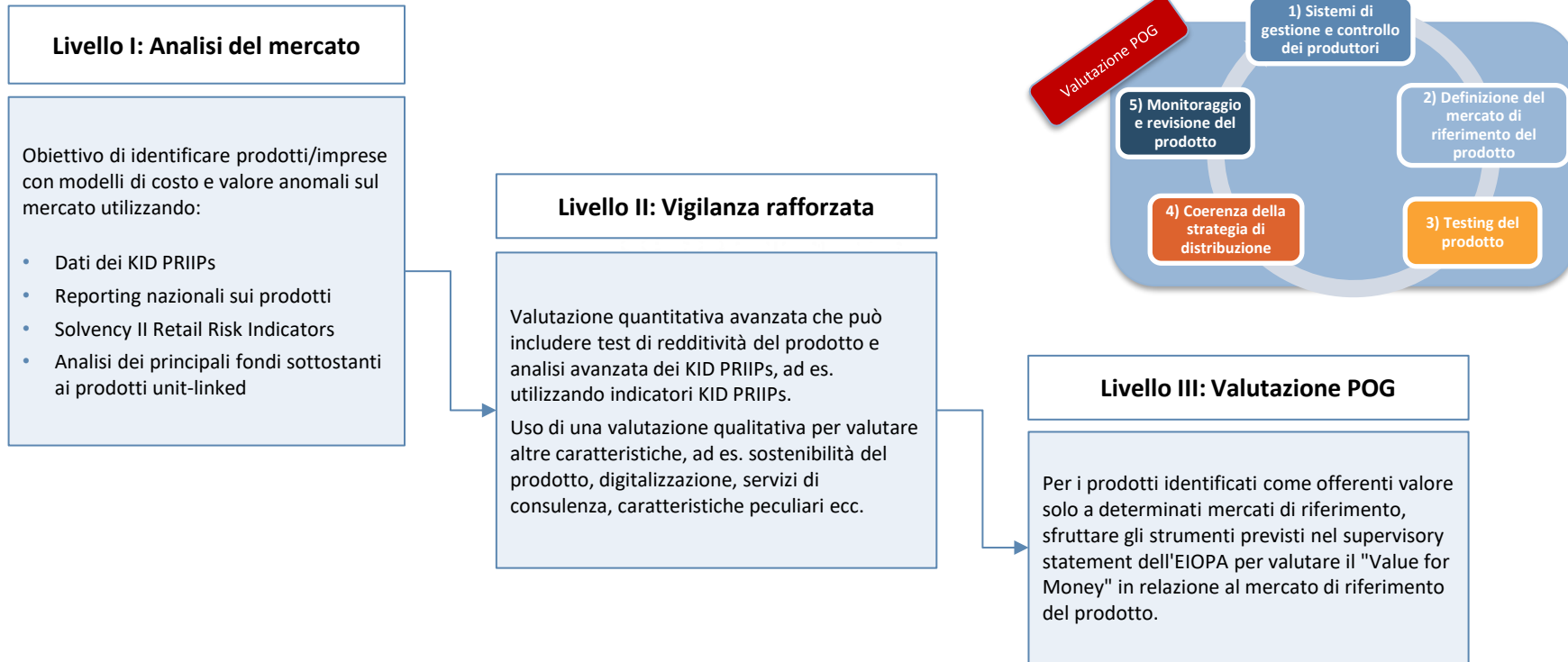
2.1 Supervisory statement

- Nel 2021, l'EIOPA ha pubblicato una supervisory statement incentrata sul monitoraggio e la valutazione da parte dell NCA del "Value for Money" nell'ambito della POG.

Politica di pricing	Fase di test del prodotto	Revisione del prodotto	Mercato di riferimento
• Costi chiaramente quantificati ed identificati. • Costi proporzionali ai valori di mercato, il servizio offerto ed i bisogni del mercato di riferimento. • Quando i fondi sottostanti sono gestiti da entità' dello stesso gruppo assicurarsi che ci sia value fo money.	• Il processo di determinazione dei prezzi deve includere tests prodotto quantitativi e qualitativi. • I test devono dimostrare che ogni caratteristica del prodotto offre value for money in linea con i bisogni, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento. • I test devono stabilire che tale valore sia mantenuto per tutta la durata del prodotto.	• I manufacturer devono identificare gli eventi che potrebbero influenzare materialmente le caratteristiche principali del prodotto, la copertura dei rischi o le garanzie. • Valutazione della coerenza del prodotto con i bisogni, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento. • Revisione della performance netta dei fondi sottostanti rispetto ai benchmark di mercato.	• La documentazione POG deve essere tale che: - I manufacturer abbiano sviluppato una propria nozione di complessità. - I manufacturer abbiano posizionato i loro prodotti su una scala di complessità. - La granularità del mercato di riferimento sia proporzionale alla complessità del prodotto.

2.3 "Value for Money" - Metodologia

- Nel 2022, l'EIOPA ha pubblicato una metodologia per valutare il "Value for Money" sui mercati IBIP (sia unit-linked che ibridi).



2.4 Benchmark per il "Value for Money": cosa sono e cosa non sono

- Con l'obiettivo di assistere le NCA nell'identificare i prodotti con maggiori rischi di "Value for Money" e promuovere un approccio più efficiente e basato sul rischio alla vigilanza sulla condotta, l'EIOPA ha sviluppato una metodologia per determinare benchmark per il "Value for Money".

Cosa **SONO** i benchmark secondo l'EIOPA

- I benchmark sono uno strumento per aiutare i **supervisori** ad adottare un approccio alla vigilanza maggiormente basato sul rischio, identificando quei prodotti che si trovano al di fuori del perimetro dei benchmark e che potrebbero richiedere un vigilanza rafforzata.
- Sono uno strumento inteso a consentire ai **produttori** di determinare meglio se il loro prodotto assicurativo offra valore o meno – cioè, il requisito di determinare se i costi sono proporzionati ai benefici offerti, considerando altre offerte disponibili sul mercato.
- Devono essere valutati utilizzando molteplici indicatori **quantitativi** e non monetari, per cluster di prodotti rilevanti.

Cosa **NON** sono i benchmark secondo l'EIOPA

- Non sono intesi come strumento di **informativa per i consumatori**.
- Non sono un **limite massimo dei costi**: i manufacturer possono superare i benchmark se possono dimostrare che il prodotto/le caratteristiche aggiuntive offrono valore ai consumatori.
- Non sono un **"porto sicuro"**: essere all'interno dei benchmark non significa che i produttori siano esentati dal POG product testing.
- Non si tratta di un **unico indicatore**: sono molteplici indicatori quantitativi intesi a evidenziare i costi e i benefici dei prodotti assicurativi. L'EIOPA prevede di includere anche considerazioni sugli aspetti non monetari per facilitare la valutazione del "Value for Money".

2.5 Come potrebbero funzionare in pratica i "Value for Money" benchmarks

- Il benchmarking consente di identificare i prodotti con un rischio più elevato in termini di "Value for Money". I benchmark possono offrire un confronto trasparente e obiettivo in merito a costi e performance di prodotti simili.

	Costi d'Entrata/ Premio Lordo	Costi d'Entrata/ Costi Totali	Costi Totali/ Premio Lordo	Diminuzione del rendimento	Valore di riscatto al RHP	Tasso Interno di Rendimento (TIR)	Break-even return *
Sample product	3.83%	8.14%	47.41%	3.10%	140.10%	3.53%	5.10%
Benchmark	3.28%	10.87%	33.17%	3.32%	101.10%	1.18%	4.97%
Assessment	Zona critica ?	Entro i limiti del benchmark ✓	Fuori dalla zona critica !	Entro i limiti del benchmark ✓	Entro i limiti del benchmark ✓	Entro i limiti del benchmark ✓	Zona critica ?

- Il prodotto attirerebbe l'attenzione delle autorità di vigilanza a causa dell'elevato costo, il che potrebbe portare a una revisione dei costi di distribuzione/provvigioni e dell'adeguatezza degli scenari di performance

3.1 Retail risk indicators e il Warning su credit protection insurance

- Sebbene l'attenzione dell'EIOPA si sia concentrata sui prodotti assicurativi IBIP unit-linked e ibridi, il POG si applica a tutti i prodotti assicurativi e anche altri lavori dell'EIOPA toccano il tema del "Value for Money".
- Pertanto, pur non trattandosi specificamente "Value for Money", l'EIOPA ritiene che vi siano alcuni aspetti importanti da considerare e alcuni indicatori che permettono di misurare l'allineamento dei prodotti con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento.

Garantire che i prodotti **soddisfino le esigenze del mercato di riferimento identificato** (cioè, offrendo un valore equo e garantendo l'equità nei prezzi). Assicuratori e banche dovrebbero:

- Valutare se la banca è di fatto un co-manufacturer.
- Garantire che il sistema POG e i controlli siano adeguati a prevenire un'indebita influenza della banca nella progettazione del prodotto (a meno che non sia indicata come co-produttore).

Garantire che i test valutino se il prodotto **offre valore al mercato di riferimento**, anche bilanciando i benefici per l'impresa ed il distributore con quelli per il mercato di riferimento.

Ciò dovrebbe includere una valutazione **sulla proporzionalità di tutti i costi rispetto alle spese sostenute** dall'impresa e dal distributore **e ai benefici**, con particolare attenzione alla completezza della copertura offerta e ai servizi offerti.

Monitorare che le banche che agiscono come intermediari assicurativi – anche quando la banca ha una funzione di controllo all'interno della partnership e/o della holding finanziaria – **agiscano in conformità con gli obiettivi del loro processo di approvazione del prodotto** e che gli schemi di vendita, inclusi gli **schemi di incentivazione dei dipendenti**, in atto a livello bancario **non siano dannosi per i consumatori**.

3.2 Analisi dei retail risk indicators sui prodotti di credit protection insurance

1) Le azioni intraprese dalle NCA a seguito del Warning:



Modifiche normative

Azioni mirate di vigilanza



2) Risposta delle imprese alle azioni delle NCA

Modifica delle
politiche sui conflitti
di interesse

Revisione delle
politiche POG

Miglioramenti dei
prodotti

Ritiro dei prodotti
problematici

3.3 I retail risk indicators ramo non vita (1/2)

3 indicatori chiave basati sulla metodologia dei retail risk indicator di EIOPA pubblicata nel 2021

Rapporto Sinistri/Premi (Claims Ratio)

Un basso rapporto sinistri/premi può dipendere dal rigetto delle richieste di risarcimento e/o dai bassi importi liquidati. Potrebbero indicare una vendita non adeguata, una formulazione contrattuale carente e/o una progettazione del prodotto non idonea.

- Solvency II template: S.05.01.01.01
- Dati usati: R0310 (claims incurred), R0110 (GWP)

$$\text{Formula } \left(\frac{R0310}{R0110} \right)$$

Rapporto richieste risarcimento respinte (Denied Claims Ratio)

Serve a supportare l'indicatore Rapporto Sinistri/Premi, in quanto può anche indicare una vendita non adeguata, una formulazione contrattuale scadente e/o un prodotto inadeguato.

- Solvency II template: S.20.01.01
- Dati usati: R0170 (Year N), C0110 (number of claims open), C0140 (number of claims paid), C0160 (number of claims rejected)

$$\text{Formula: for R0170 } \left(\frac{C0160}{C0110+C0140+C0160} \right)$$

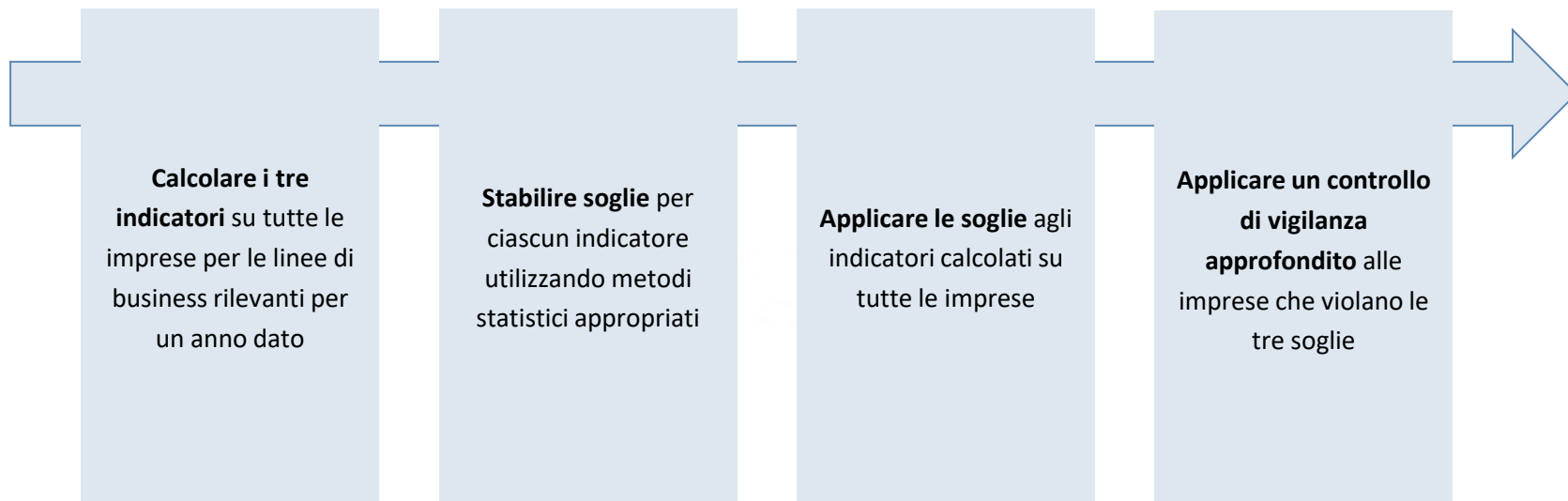
Provvigioni (Commission Rates)

Livelli alti di provvigioni possono fornire incentivi per i distributori e i produttori a vendere prodotti ai consumatori con l'unico scopo di generare commissioni.

- Solvency II template: S.05.01.01.01
- Dati usati: R0910 (acquisition expenses incurred), R0110 (GWP)

$$\text{Formula } \left(\frac{R0910}{R0110} \right)$$

3.4 I retail risk indicators ramo non vita (2/2)



4. Supervisory statement sulle pratiche di tariffazione differenziata

Mercato di riferimento

- Se un prodotto è progettato in modo da aumentare significativamente di costo al momento del rinnovo, l'elasticità al prezzo e la propensione al shopping around dei diversi gruppi di consumatori dovrebbero essere una caratteristica del mercato di riferimento.

Testing del prodotto

- I test del prodotto devono considerare come e se le politiche di tariffazione differenziata sono allineate con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del mercato di riferimento, non solo per il primo anno/periodo ma anche al rinnovo.
- Se i risultati dei test mostrano che non sono allineate, i prodotti non dovrebbero essere immessi sul mercato.

Monitoraggio e revisione del prodotto

- Le tecniche di tariffazione differenziata dovrebbero essere continuamente monitorate con l'uso di metriche pertinenti per identificare qualsiasi impatto negativo che potrebbero avere sui consumatori, compresi i gruppi vulnerabili.

Documentazione

- La documentazione e le registrazioni, anche quando le pratiche di tariffazione differenziata si basano su sistemi di IA, dovrebbero essere sufficientemente dettagliate.

Canali di distribuzione

- Le imprese dovrebbero fornire ai distributori informazioni sufficienti sul prodotto, incluso come, in termini generali, la tariffazione di un prodotto può funzionare al momento del rinnovo e l'esistenza di pratiche di tariffazione differenziata, in modo da consentire ai distributori di agire nel migliore interesse dei consumatori.



THANK YOU!

For more information: www.eiopa.europa.eu