



INFORMAZIONI AL DISTRIBUTORE AGENZIA DI VIAGGIO

Ai sensi della normativa in materia di governo e controllo del prodotto (POG)

**PRODOTTI ASSICURATIVI:
TRIPY
CANALE EMISSIONE
www.axapartners.it/it/pagina/prodotti-tripy**

Documento emesso ad Agosto 2022



Inter Partner Assistance S.A. – Rappresentanza Generale per l'Italia

Compagnia di Assicurazioni e Riassicurazioni – Via Carlo Pesenti, 121 – 00156 Roma – Tel.06/42118.1
Sede legale Bruxelles – 7, Boulevard du Régent – Capitale sociale € 130.702.613 interamente versato – Gruppo AXA Partners
N. Iscrizione all'Albo Imprese di Assicurazioni e Riassicurazioni I.00014 – Autorizzazione Ministeriale n. 19662 del 19.10.1993
Registro delle Imprese di Roma RM – Numero REA 792129 – Part. I.V.A. 04673941003 – Cod. Fisc. 03420940151





PREMESSA

- **VISTO** l'Art. 25 della Direttiva (UE) 2016/97 sulla distribuzione assicurativa, il quale prevede che le imprese assicurative che realizzano prodotti assicurativi divulghino ai distributori tutte le informazioni necessarie sul prodotto assicurativo e sul processo di approvazione del prodotto, compreso il suo mercato di riferimento individuato;
- **VISTO** l'Art. 8 comma 1 del Regolamento Delegato (EU) 2017/2358, che integra la direttiva (UE) 2016/97 per quanto concerne i requisiti in materia di governo e controllo del prodotto per le imprese di assicurazione e i distributori di prodotti assicurativi (di seguito, "Regolamento POG"), il quale prevede che i soggetti che realizzano prodotti assicurativi selezionano attentamente canali di distribuzione adeguati per il mercato di riferimento, tenendo conto delle caratteristiche particolari dei prodotti assicurativi pertinenti;
- **VISTO** l'Art. 8 comma 2 del Regolamento POG, il quale prevede che i soggetti che realizzano prodotti assicurativi forniscano ai distributori di prodotti assicurativi tutte le informazioni adeguate sui prodotti assicurativi, sul mercato di riferimento individuato e sulla strategia di distribuzione suggerita, compresi i dati sugli elementi e sulle caratteristiche principali dei prodotti assicurativi, sui rischi e i costi, inclusi i costi impliciti, nonché qualunque circostanza che possa causare un conflitto di interesse a discapito del cliente;
- **VISTO** l'Art. 10 comma 1 del Regolamento POG, il quale prevede che i distributori di prodotti assicurativi dispongano di meccanismi di distribuzione del prodotto comprendenti opportune misure e procedure per ottenere dal soggetto che realizza il prodotto assicurativo tutte le informazioni necessarie sui prodotti assicurativi che intendono offrire ai loro clienti e per comprendere pienamente tali prodotti, tenendo conto del livello di complessità dei rischi legati ai prodotti, nonché della natura, della portata e della complessità dell'attività pertinente del distributore;
- **CONSIDERATO** che la "Compagnia" Inter Partner Assistance S.A. (Rappresentanza Generale per l'Italia) ha realizzato i seguenti "Prodotti Assicurativi" Tripy presenti sulla piattaforma della Compagnia www.axapartners.it/it/pagina/prodotti-tripy:

HEALTHCARE	T'OP	UNDER 30
INTEGRAZIONE S. MEDICHE	BIGLIETTERIA	SCHENGEN
360	EQUALIZZATORE	BUSINESS
ANNULLAMENTO	VACANZE INSIEME	ANNUALE

- **CONSIDERATO** che la Compagnia e L'Agenzia di Viaggio hanno stipulato un accordo per la distribuzione dei Prodotti Assicurativi;

TUTTO CIÒ PREMESSO

La Compagnia, con il presente documento, fornisce al distributore (il "**Distributore**" o "**AdV**") le informazioni di cui all'Art. 8, comma 2 del Regolamento POG. In particolare, le informazioni contenute nel presente documento consentono al distributore di:

- comprendere i Prodotti Assicurativi;
- capire il mercato di riferimento individuato dalla Compagnia per tali Prodotti Assicurativi
- individuare i clienti le cui esigenze, caratteristiche e obiettivi non siano compatibili con i Prodotti Assicurativi;
- svolgere attività di distribuzione dei Prodotti Assicurativi servendo al meglio gli interessi dei clienti



secondo quanto prescritto nell'articolo 17, paragrafo 1, della direttiva (UE) 2016/97.

SEZIONE 1 - INFORMAZIONI SULLE CARATTERISTICHE PRINCIPALI E SUI COSTI DEL PRODOTTO ASSICURATIVO

Caratteristiche principali

I prodotti Tripy sono prodotti assicurativi danni di rami 18, 2, 1,7, 16, 13 e 17. Le principali caratteristiche dei prodotti in termini di:

- che cosa è assicurato
- che cosa NON è assicurato
- limiti di copertura
- estensione territoriale della copertura
- obblighi del contraente
- modalità di pagamento del premio
- durata e termine della copertura
- modalità di disdetta del contratto
- modalità di presentazione dei reclami e di risoluzione delle controversie

sono contenute nei rispettivi documenti precontrattuali DIP Danni e nel DIP Aggiuntivo Danni redatti dalla Compagnia, contenuti all'interno del Set Informativo dei Prodotti Assicurativi (inclusivo anche delle Condizioni di Assicurazione) presenti sul sito www.axapartners.it/it/pagina/prodotti-tripy, a cui si rimanda integralmente.

Costi

- Il costo complessivo di ciascun prodotto per il cliente finale è costituito dal premio.
- Sul premio gravano i seguenti costi:
 - costi amministrativi della Compagnia: pari a ca. il 30% del premio imponibile
 - provvigioni di intermediazione per il distributore: selezionabili dal distributore a propria scelta tra le percentuali disponibili sul tool informatico: 0%,10%, 15%, 20%, 25%, 30%, 40%
 - imposte: pari al 10% del premio imponibile per il ramo 18, al 2,5% per i rami 1 e 2, al 21,25% per i rami 16 e 17, 22,25% per il ramo 13 e 12,50% per il ramo 7.

SEZIONE 2 – INFORMAZIONI SUL PROCESSO DI APPROVAZIONE DEL PRODOTTO ASSICURATIVO

La Compagnia ha elaborato ed attuato un processo di approvazione per ciascun nuovo prodotto assicurativo e per ogni modifica significativa di un prodotto assicurativo esistente, prima che sia commercializzato o distribuito, in coerenza con le disposizioni degli articoli 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9 del Regolamento (UE) 2017/2358.

Prima di essere validato, il prodotto è sottoposto ad un processo di approvazione che consente di individuare:

- la tipologia e le caratteristiche del prodotto;
- il settore di mercato a cui è destinato;
- la corrispondenza tra le esigenze della clientela e l'offerta.

Si rende pertanto necessaria un'analisi qualitativa e, in base alla tipologia del prodotto, un'analisi quantitativa facoltativa.



Analisi qualitativa

I prodotti Tripy presentano una serie di garanzie per la tutela di coloro che viaggiano a scopo turistico, di studio o d'affari, coprendone i relativi rischi.

Il distributore, attraverso la consultazione del Set Informativo Precontrattuale, deve essere a conoscenza della tipologia di cliente a cui il prodotto si intende indirizzato.

Appetito al rischio

Al fine di mitigare il rischio di pregiudizio per il contraente e il rischio di condotta non corretta da parte del distributore, la Compagnia ha predisposto delle misure volte a limitare tali rischi, sia attraverso un'accurata selezione della popolazione assicurabile sia attraverso controlli periodici sul processo di selezione dei rischi e sull'andamento tecnico del prodotto.

Rischio di prodotto

Il premio del prodotto è stato calcolato mediante l'utilizzo di dati sulla sinistrosità dello stesso elaborate mediante tecniche statistico-attuariali, riferite a rischi analoghi già assunti in precedenza dalla Compagnia.

Principali indicatori

I principali Indicatori forniti sono:

- il "Loss Ratio atteso" (LRA), ovvero il rapporto tra tutti i costi attesi per sinistri e il volume dei premi atteso, che non deve essere inferiore alla soglia minima prevista dalla Compagnia
- l' "Expense Ratio atteso" (ERA), ovvero il rapporto tra tutti i costi attesi per spese provvigionali e di gestione e il volume dei premi atteso.
- il "Volume atteso di premi introitati" (VAP), ovvero il totale della massa dei premi che saranno incassati nel corso del primo anno di distribuzione del prodotto, che consente di monitorare il processo di vendita in considerazione degli obiettivi della Compagnia.

Qualsiasi divergenza tra gli elementi quantitativi previsti e le reali performances del portafoglio è monitorata, con conseguenti azioni in caso di criticità.

SEZIONE 3 – INFORMAZIONI SUL MERCATO DI RIFERIMENTO DEL PRODOTTO ASSICURATIVO

Vedi Tabella 1 Allegata

SEZIONE 4 – INFORMAZIONI SULLA STRATEGIA DISTRIBUTIVA

Tipologia di distributore

I Prodotti Assicurativi sono distribuiti da AdV, intermediario assicurativo a titolo accessorio c.d. "esentato" ai sensi dell'Art. 107 comma 4 del CAP.

Canali di distribuzione fisici alla presenza del cliente

Canale "Agenzia": i Prodotti Assicurativi sono distribuiti ai clienti da dipendenti di AdV all'interno delle proprie sedi. I clienti si recano presso AdV per l'acquisto di un viaggio, in tale occasione, al cliente che sottoscrive un contratto di viaggio, viene offerta la possibilità di acquistare anche i Prodotti Assicurativi. Il contratto di assicurazione viene sottoscritto dal cliente in formato cartaceo.



SEZIONE 5 – INFORMAZIONI SUI CONFLITTI DI INTERESSE

- Il distributore AdV ha interesse a vendere il maggior numero di polizze in quanto percepisce dalla Compagnia una provvigione per ciascuna polizza venduta ai clienti. Le provvigioni di intermediazione sono calcolate in percentuale dell'importo dei premi imponibili raccolti.
- Possono essere previste extra-provvigioni o altre tipologie di incentive, dalla Compagnia nei confronti di AdV.
- Non sono previste extra-provvigioni né altre tipologie di incentive da AdV nei confronti dei soggetti incaricati della vendita che entrano in contatto col cliente.

SEZIONE 6 – INDICATORI DI MANCATO RISPETTO DEL MERCATO DI RIFERIMENTO E RIMEDI

La Compagnia monitora regolarmente i seguenti indicatori che possono essere indice di scarsa qualità del prodotto o non conformità alle esigenze del mercato di riferimento:

- elevati recessi dalla polizza;
- elevato numero di sinistri rifiutati, e motivi del rifiuto dei sinistri;
- elevato numero di reclami ricevuti dalla compagnia e dai distributori, e contenuto dei reclami;
- volumi di vendite molto bassi rispetto alle attese che possono essere indice di scarsa qualità del prodotto o non conformità alle esigenze del mercato di riferimento.

La Compagnia monitorerà altresì regolarmente i seguenti altri fattori:

- informazioni ricevute dal Distributore;
- cambiamenti nel quadro giuridico di riferimento dei Prodotti Assicurativi;
- cambiamenti della situazione di mercato dei Prodotti Assicurativi;
- vendite al di fuori del mercato di riferimento.

In caso di verificarsi dei predetti indicatori, la compagnia implementerà tutte le azioni ritenute opportune per rimediare le criticità riscontrate, tra cui:

- re-design del prodotto (in termini di garanzie, esclusioni, limitazioni e importi di premio);
- aggiustamento del target market;
- modifica della strategia distributiva generale e/o degli specifici canali distributivi;
- modifica dei processi di vendita;
- interruzione della commercializzazione dei Prodotti Assicurativi;
- interruzione del rapporto con il Distributore;
- informativa al cliente.

DOCUMENTI ALLEGATI:

Tabella 1