



**Innovazione Finanziaria Sim S.p.A.**

**Policy di Product Governance**

*Approvata dal Consiglio di Amministrazione*

*in data 19 dicembre 2023*

*Versione 4.0*

---

**Innovazione Finanziaria SIM S.p.A.**

Sede Legale: Via F. Casati, 1/A - 20124 Milano, Italia – Sede Operativa: Via Desenzano, 2 - 20146 Milano, Italia  
Tel +39.02.8344.1 – Fax +39.02.91.39.08.63 – Indirizzo PEC: [innofinspa@legalmail.it](mailto:innofinspa@legalmail.it)  
C.F. e P.IVA 09150670967 – REA 2072033 – CCIAA 09150670967  
Iscrizione Albo SIM n° 291 delibera CONSOB n° 19510/2016 – Aderente al Fondo Nazionale di Garanzia  
Cap. Soc. 2.000.000 Euro I.V. – Socio Unico: Gruppo MutuiOnline S.p.A.  
Soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Gruppo MutuiOnline S.p.A.

**AGGIORNAMENTI**

<b>Responsabile</b>	<b>Data</b>	<b>Versione</b>	<b>Oggetto Modifica</b>
Amministratore Delegato	09/03/2018	1.0	Approvazione e primo rilascio
Amministratore Delegato	23/06/2020	2.0	Inserimento paragrafo Due Diligence Società Prodotto e Allegato relativo a Informativa Costi e Oneri Ex Ante ed Informativa Costi e Oneri Ex post
Amministratore Delegato	28/05/2021	3.0	Aggiornamento paragrafi Assegnazione ruoli e responsabilità, Revisione periodica dei prodotti e Allegato Informativa Costi e Oneri Ex Post
Amministratore Delegato	19/12/2023	4.0	Aggiornamenti normativi, agli Orientamenti ESMA sugli obblighi di governance dei prodotti del 3 agosto 2023 e ai §§ 1,2,5,6,7,8,12,14. Inserimento §§ 9,10,11.

---

## Sommario

1. Introduzione.....	4
2. Premessa .....	4
3. Fonti normative .....	5
4. Obiettivi e ambito di applicazione .....	5
5. Principi generali .....	6
6. Assegnazione ruoli e responsabilità .....	7
7. Obblighi della SIM (“distributore”).....	8
8. Due Diligence Società Prodotto.....	8
9. Prodotti distribuibili e prodotti a complessità elevata.....	9
10. Prodotti illiquidi.....	10
11. Informativa costi .....	11
12. Metodologia di identificazione del Target Market “effettivo”.....	11
12.1 Tipologia di clientela (retail, professionale, controparte qualificata) .....	12
12.2. Conoscenza ed esperienza (base, intermedia e avanzata).....	13
12.2.1 Conoscenza ed esperienza (base, intermedia e avanzata) nei Piani di Accumulo (PAC) .....	15
12.3 Strategia di distribuzione (Mera esecuzione, Esecuzione con test di appropriatezza, Servizio di consulenza, Gestione di portafoglio) .....	16
13. Trasmissione delle informazioni .....	16
14. Revisione periodica dei prodotti .....	17
Allegato 1 .....	18

---

---

## 1. Introduzione

**Innovazione Finanziaria Sim S.p.A.** (di seguito la “**SIM**” o la “**Società**”) con sede legale in Milano, via F. Casati, 1/A, e sede operativa in Milano, via Desenzano, 2, con numero di iscrizione al Registro delle imprese di Milano, C.F. e P.I. n. 09150670967, con capitale sociale di Euro 2.000.000 interamente versato, con socio unico e soggetta alla direzione e coordinamento di Gruppo MutuiOnline S.p.A..

La SIM è una società di intermediazione mobiliare con sede in Italia che svolge in via principale il servizio di collocamento senza impegno irrevocabile nei confronti dell'emittente, di cui all'art. 1, co. 5, lett. c-*bis*) del D.Lgs. n. 58 del 1998 (“**TUF**”), e il servizio accessorio di custodia a amministrazione di strumenti finanziari per conto dei clienti, ai sensi dell'Allegato 1, Sezione B, del medesimo Decreto (i “**Servizi**”). La Società è iscritta all'albo delle Sim al n. 291, con delibera Consob n. 19510/2016, e aderisce al Fondo Nazionale di Garanzia al n. SIM 0440. Il modello di business della SIM prevede il solo collocamento di OICVM armonizzati italiani ed esteri e fondi pensione italiani mediante tecnica di comunicazione a distanza ed in particolare tramite il solo canale on line.

La Società non presta il servizio di consulenza agli investimenti e rivolge il servizio di investimento alle sole persone fisiche che rientrano nella classificazione di clientela al dettaglio come definita dalla normativa di settore.

La SIM svolge inoltre l'attività di promozione e collocamento di servizi e prodotti bancari, assicurativi e di finanziamento nei limiti e con i requisiti imposti dalla normativa di settore ad essa applicabile

La Società è iscritta al registro unico elettronico degli intermediari assicurativi e riassicurativi (“**RUI**”) di cui all'articolo 109 del D. Lgs. 7 settembre 2005, n. 209, sezione D, con il numero D000546007, e svolge attività di distribuzione di prodotti assicurativi su incarico delle Imprese di Assicurazioni.

## 2. Premessa

Le disposizioni normative introdotte dalla Direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 maggio 2014, relativa ai mercati degli strumenti finanziari (c.d. MiFID II) allargano il regime di tutela degli investitori, specialmente quelli *retail*, introducendo nuovi obblighi in capo a “produttori” e “distributori” di prodotti finanziari.

Obiettivo della MiFID II è, infatti, imporre agli intermediari che realizzano strumenti finanziari per la vendita alla clientela, che gli stessi siano concepiti per soddisfare le esigenze di un determinato mercato di riferimento di clienti finali individuato all'interno della pertinente categoria di clienti (*Target Market*) e che la strategia di distribuzione degli strumenti finanziari sia compatibile con il *Target Market* individuato.

---

Al fine di assicurare che il miglior interesse dei clienti sia perseguito durante tutte le fasi di vita dei prodotti e dei servizi – fin dalla loro creazione – e di rafforzare nuovamente la fiducia nei mercati finanziari, la MiFID II ha dunque introdotto obblighi di Governance degli strumenti finanziari che, nell’intento di contenere possibili fenomeni di *mis-selling*, si rivolgono non solo alla fase di distribuzione, ma anche a quella “a monte” di realizzazione del prodotto.

Gli intermediari “produttori”, in particolare, devono svolgere, in via anticipata ed astratta, valutazioni di coerenza dei prodotti rispetto ai bisogni e alle caratteristiche del *target* di clientela potenziale sin dalla fase della loro ideazione. Gli intermediari “distributori”, invece, sono tenuti ad acquisire tutte le informazioni necessarie per comprendere pienamente le caratteristiche degli strumenti finanziari e poterli vendere nel miglior interesse dei clienti, effettuando valutazioni circa la compatibilità dei medesimi con le esigenze e le connotazioni del *target market* effettivo cui prestano servizi di investimento.

In tale quadro normativo, la SIM opera solo in qualità di “distributore” ed è pertanto soggetta alla relativa disciplina.

### 3. Fonti normative

Di seguito sono indicate le principali fonti normative applicabili alla SIM:

- D.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 (Testo Unico della Finanza - **TUF**);
- Delibera Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018, ss. mm. ii. (Regolamento Intermediari - **RI**);
- Direttiva 2014/65/UE (**MiFID II**);
- ESMA - Orientamenti sugli obblighi di governance dei prodotti ai sensi della MiFID del 3 agosto 2023;
- Direttiva Delegata 2017/593/UE del 07/04/2016, come successivamente modifica e integrata, che integra la Direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, per quanto riguarda la salvaguardia degli strumenti finanziari e dei fondi dei clienti, gli obblighi di Governance dei prodotti e le regole applicabili per la fornitura o ricezione di onorari, commissioni o benefici monetari o non monetari.

### 4. Obiettivi e ambito di applicazione

Il presente documento ha lo scopo di illustrare la politica di *Product Governance* adottata dalla SIM in ragione delle attività di distribuzione di strumenti finanziari e, nei limiti precisati nel prosieguo, si applica tenuto conto delle regole che la Società si è data in materia di profilatura della clientela. In particolare, il documento disciplina gli obblighi in capo alla Società, che opera solo in qualità di “distributore”, e definisce i ruoli e le responsabilità, l’approccio per la definizione e l’identificazione del *Target Market* “effettivo”, lo scambio di informazioni, il processo di revisione dei prodotti.

La SIM adotta la presente *Policy* sulla base delle disposizioni normative europee e nazionali in materia di *Product Governance*, nonché tenuto conto delle Linee Guida definite dall'ESMA, curando la corretta e integrale applicazione di quanto stabilito nel documento in parola all'interno della propria struttura. La *Policy* è approvata dal Consiglio di Amministrazione (CdA) della SIM. Quest'ultimo si esprime anche su iniziative di aggiornamento e di revisione straordinaria della *Policy* stessa, anche su proposta dell'Amministratore Delegato (AD).

## 5. Principi generali

La MiFID II introduce con la *Product Governance* un insieme di previsioni tese ad imporre agli intermediari (“produttori” e “distributori”) un assetto organizzativo e regole di comportamento relative alla creazione, offerta e distribuzione di strumenti finanziari agli investitori caratterizzato da quanto segue:

- Principi generali
  - Le imprese di investimento (produttori o distributori) devono definire, porre in essere e controllare un processo di approvazione dei prodotti prima della loro distribuzione alla clientela (e in occasione di ogni modifica significativa di tali prodotti);
  - È prevista la facoltà, per i *regulator* europei e nazionali, di inibire la distribuzione o la vendita di prodotti, ove ricorrano rischi per la tutela degli investitori;
  - Le imprese di investimento “distributori” dei prodotti garantiscono, fin dall'inizio, la coerenza generale dei prodotti che saranno offerti e scelgono quali prodotti offrire nell'ambito dei diversi servizi, per assicurare la compatibilità con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi dei clienti di riferimento.
- *Target Market* e *Product Testing*
  - È richiesta la determinazione per ciascuno strumento finanziario – da parte sia del produttore sia del distributore – del relativo *Target Market*, con focus su bisogni, caratteristiche e obiettivi di una determinata tipologia di clienti. L'intermediario deve quindi adottare misure ragionevoli per assicurare che lo strumento finanziario sia distribuito ai clienti all'interno di tale mercato di riferimento;
  - È necessario garantire nella fase di design che il prodotto non pregiudichi gli interessi dei clienti o l'integrità del mercato;
  - È richiesta l'implementazione di test preliminari in termini di performance / costi / rischi, considerando diversi scenari compresi scenari avversi (*worst case*).
- *On going monitoring*
  - È stato introdotto l'obbligo di riesame regolare degli strumenti finanziari offerti / commercializzati: deve essere effettuato un costante monitoraggio dei prodotti per valutare la corretta distribuzione e la corrispondenza nei confronti delle esigenze della clientela;
  - È richiesta l'individuazione di misure da adottare nel caso in cui i prodotti non dovessero più soddisfare le esigenze del mercato di riferimento.

---

## 6. Assegnazione ruoli e responsabilità

Al fine di garantire l'adempimento degli obblighi di correttezza e trasparenza nei confronti della Clientela, la SIM ha individuato gli organi e le funzioni aziendali coinvolte nel processo di *Product Governance*, come di seguito riportato.

Il **Consiglio di Amministrazione (CdA)** ha la responsabilità di definire le linee guida del processo di *Product Governance* da rispettare. Il CdA è tenuto a monitorare e valutare periodicamente l'adeguatezza e l'attuazione degli obiettivi strategici della SIM e l'efficacia e l'adeguatezza della presente *Policy* e di adottare le misure appropriate per far fronte ad eventuali carenze riscontrate.

L'**Amministratore Delegato** assicura un controllo effettivo sui processi di *Product Governance*.

La **Funzione di Compliance** monitora la conformità alla normativa della presente *Policy* e procede alla revisione periodica della efficacia stessa al fine di rilevare eventuali rischi di non conformità, proponendo, ove necessario, le modifiche organizzative e procedurali necessarie all'organo di gestione (Amministratore Delegato).

La Funzione Compliance sottopone al Consiglio di Amministrazione su base annuale (in occasione della relazione annuale sull'attività svolta o quando ritenuto opportuno) i risultati eventuali dei controlli svolti in merito all'efficacia delle misure e delle procedure implementate (o da implementare) relative al processo di *Product Governance*. La Funzione, altresì, con il supporto del Risk Manager individua le misure da adottare nel caso in cui gli strumenti finanziari non dovessero più soddisfare le esigenze del mercato di riferimento.

La relazione della Funzione di Compliance o eventuali ulteriori report emanati dalla stessa Funzione e inerenti alla propria attività di controllo sono messi a disposizione dell'Autorità di vigilanza richiedente.

La Funzione di **Risk Management** è responsabile:

- dell'identificazione e dell'analisi di tutti i rischi rilevanti;
- della definizione dei rischi relativi al tipo di prodotto distribuito;
- della mappatura dei rischi operativi (legati ad esempio alla tecnologia utilizzata o al processo operativo coinvolto) connessi al prodotto distribuito.

La Funzione di revisione interna (**Internal Audit**) effettua l'attività di monitoraggio così come definita nel proprio piano dei controlli deliberato dal Consiglio di Amministrazione.

La **Funzione Antiriciclaggio** valuta i rischi connessi ad un possibile utilizzo improprio dei prodotti ai fini del riciclaggio di proventi derivanti da attività criminose o ai fini del finanziamento di fenomeni di terrorismo.

---

## 7. Obblighi della SIM (“distributore”)

La SIM è autorizzata alla prestazione del servizio di collocamento di strumenti finanziari senza impegno irrevocabile nei confronti dell'emittente e del servizio accessorio di custodia e amministrazione di strumenti finanziari.

Nella prestazione dei menzionati servizi la SIM si propone di definire l'assortimento dei prodotti e di individuare il mercato di riferimento degli stessi sulla considerazione delle caratteristiche, degli obiettivi e delle esigenze della clientela.

In tale ambito, la SIM adempie ai seguenti impegni:

- individuare preventivamente l'universo delle Società Prodotto che possono rientrare nella sua offerta;
- astenersi dall'offerta e dal collocamento presso la clientela di alcuni strumenti finanziari classificati dalla stessa complessi o illiquidi, nonché quando la Società Prodotto non fornisce alcune informazioni;
- garantire che i prodotti e la strategia di distribuzione prevista siano coerenti con il *Target Market* individuato;
- individuare gli investitori per i quali il prodotto non è compatibile (*Target Market* effettivo negativo);
- eseguire una revisione regolare dei prodotti distribuiti per garantire una continua coerenza tra lo strumento finanziario e la strategia di distribuzione adottata.

Inoltre, la SIM in qualità di “distributore” implementa processi di Governance di prodotto che prevedono in particolare:

- acquisizione delle informazioni sul *Target Market* potenziale dal “produttore”;
- definizione del *Target Market* effettivo;
- verifica della coerenza delle vendite con il *Target Market* effettivo e potenziale;
- informativa alle case prodotto circa le vendite, ed in particolare per le vendite di prodotti a clientela appartenente al *Target Market* negativo.

L'impegno della SIM a distribuire il prodotto nel mercato di riferimento viene rispettato in aggiunta alla profilatura di appropriatezza che caratterizza il servizio di collocamento prestato.

## 8. Due Diligence Società Prodotto

La SIM e Allfunds Bank S.A. hanno definito una lista di Società Prodotto e OICVM distribuibili dalla SIM stessa, mediante scambio di corrispondenza agli indirizzi predefiniti, possono estendere tale lista e in particolare l'oggetto dell'accordo a nuovi emittenti e/o a nuovi OICVM, aggiornando di conseguenza il contratto.



---

La Società identifica l'universo delle Società Prodotto a cui il cliente può accedere per la sottoscrizione di OICR.

I criteri di selezione dell'universo delle Società Prodotto sono di seguito elencati; essi contribuiscono alla presente procedura nella distribuzione di un prodotto coerente con la clientela della SIM stessa:

- Società di gestione autorizzata alla commercializzazione in UE;
- Società di gestione costituita da almeno un biennio<sup>1</sup>;
- Società di gestione che offre OICR destinati al retail;
- Società di gestione con alto profilo reputazionale (es. no notizie negative sui principali motori di ricerca);
- Società di gestione che non presenta problemi di scambio flussi con AllFunds Bank;
- Società di gestione che non offre solo prodotti complessi;
- Società di gestione che non offre solo prodotti illiquidi.

Tali criteri vengono verificati dalla Funzione Organizzazione a fronte della segnalazione da parte del Direttore Operativo della possibilità di inserimento di una nuova Società di Gestione.

Una volta che la Società Prodotto è nell'universo distribuibile dalla SIM, la Funzione di Organizzazione verifica, con cadenza biennale, il profilo reputazionale delle Società di Gestione (es. no notizie negative sui principali motori di ricerca). Se dovessero emergere profili reputazionali rilevanti la Funzione di Organizzazione si confronta con la Funzione Risk Management e Compliance per valutare se la Società Prodotto può comunque rientrare nell'universo distribuibile oppure se vanno introdotti presidi e avvertimenti per la clientela.

## **9. Prodotti distribuibili e prodotti a complessità elevata**

La SIM vista la natura dei servizi prestati (servizio di collocamento e servizio di custodia e amministrazione) e la tipologia di clientela servita (clientela retail) offre alla clientela esclusivamente le seguenti tipologie prodotti:

- a. OICVM armonizzati italiani ed esteri (conformi cioè alla direttiva UCITS IV);
- b. Fondi Pensione Aperti (FPA).

In tali categorie di prodotti potrebbero rientrare gli OICR alternativi, gli OICVM con una leva maggiore di 1<sup>2</sup> e gli OICVM strutturati. Si tratta di prodotti che la SIM ha identificato con una complessità elevata,

---

<sup>1</sup> In caso di Società di costituzione inferiore ai due anni, è comunque possibile prevedere eventuali eccezioni a seguito di confronto con le funzioni di Risk e Compliance e procedere con l'inserimento.

<sup>2</sup> Possono non essere ritenuti a leva, e quindi offerti, i fondi che impiegano tale tecnica esclusivamente per finalità di copertura dei rischi connessi con le posizioni assunte, o per l'efficiente gestione di portafoglio che non comporti l'esposizione a rischi ulteriori che possano alterare il profilo di rischio - rendimento del fondo.

---

considerata l'esperienza maturata sino ad oggi - vedi le abrogate comunicazioni Consob su prodotti complessi e illiquidi<sup>3</sup> - e la metodologia introdotta dal fornitore ICE Data Services.

La SIM ritiene, comunque, di non far rientrare nella sua offerta i menzionati prodotti a complessità elevata. Per intercettare i prodotti a complessità elevata e non distribuibili, la SIM svolge una serie di controlli periodici sulla gamma di prodotti offerti in sottoscrizione alla propria clientela. Lo *screening* dei prodotti collocati è eseguito in via ordinaria dal Direttore Operativo o dal Servizio Clienti anche tramite l'utilizzo di appositi applicativi informatici eventualmente forniti da terze parti (i.e. ICE Data Services). La SIM utilizza l'informativa messa a disposizione dall'information Provider selezionato. La funzione di *Risk Management* ha condiviso i criteri per l'identificazione dei prodotti complessi messi a disposizione dal fornitore (vedi Allegato 2<sup>4</sup>). Il Direttore Operativo può richiedere l'intervento della Funzione di Risk Management in caso di incertezza sulla natura complessa o meno di un prodotto. Qualora, anche a seguito dell'intervento del *Risk Manager*, non sia stata chiarita la natura del prodotto, la SIM può alternativamente cancellare dalla propria offerta il prodotto oppure, previo parere dell'Amministratore Delegato, richiedere direttamente alla società prodotto una conferma circa la natura complessa o meno del prodotto. Una volta identificato un prodotto finanziario come complesso, lo stesso viene escluso dall'elenco degli OICR in collocamento.

Il Direttore Operativo, o in alternativa il Servizio Clienti, è incaricato dell'aggiornamento periodico dello *screening* dei prodotti collocati dalla SIM per verificare se i prodotti inizialmente considerati non complessi abbiano acquisito col tempo la caratteristica della complessità. La Funzione di *Risk Management* si riserva in ogni caso di effettuare un controllo a campione sull'universo dei fondi oggetto del servizio di investimento prestato dalla SIM.

## 10. Prodotti illiquidi

Gli OICVM ed FPA distribuiti dalla SIM sono per loro natura e, salvo eventi straordinari, valorizzati quotidianamente consentendo la liquidabilità giornaliera quindi l'investimento ed il disinvestimento senza limitazioni; si tratta quindi di tipologie di prodotti che non sono normalmente classificabili come illiquidi.

Tuttavia, la SIM effettua un monitoraggio sui suoi prodotti per valutare un potenziale limite alla liquidabilità e quindi una conseguente limitazione nell'offerta ai suoi clienti.

In caso di eventi straordinari su OICVM e FPA, il Comitato ICAAP e Controlli Interni si esprime in merito all'eventuale illiquidità del prodotto e alle azioni da intraprendere in merito (quali blocco del collocamento degli ISIN sul Sito, informativa alla clientela, aggiornamento della rendicontazione

---

<sup>3</sup> Comunicazione Consob n. 0097996 del 22 dicembre 2014 “*Comunicazione sulla distribuzione di prodotti finanziari complessi ai clienti retail*” e Comunicazione Consob n. 9019104 del 2 marzo 2009 inerente al “*dovere dell'intermediario nella distribuzione di prodotti finanziari illiquid?*”.

<sup>4</sup> L'aggiornamento dell'Allegato è responsabilità del fornitore.

---

trimestrale, etc.). L'Amministratore Delegato, se rilevanti, dà informativa al Consiglio di Amministrazione della SIM delle azioni individuate dal Comitato.

Nella rendicontazione al cliente, se presente, è specificata l'illiquidità del prodotto.

## 11. Informativa costi

Nell'ambito dell'attività distributiva, la SIM presta attenzione anche all'informativa dei costi al cliente.

Nel caso in cui l'ISIN non sia presente nel flusso ricevuto da Allfunds Bank la SIM blocca la sottoscrizione dell'OICR per il cliente. Il prodotto non diviene distribuibile.

Per il dettaglio dell'informativa costi sottoposta al cliente si rinvia all'Allegato 1.

## 12. Metodologia di identificazione del Target Market “effettivo”

Nell'identificazione del Target Market la SIM si avvale del servizio di AFB.

Per il tramite del servizio offerto da AFB, la SIM acquisisce le informazioni presenti nel *template EMT (European MiFID Template)* degli intermediari produttori e - in coerenza con la strategia distributiva degli stessi e le *best practices* di settore - individua il *Target Market* degli strumenti finanziari. Considerato che la SIM presta il servizio di collocamento e quello accessorio di custodia, il *Target Market* viene individuato tenuto conto delle seguenti categorie rilevanti indicate dal produttore:

- tipologia di cliente - in termini di cliente *retail*, cliente professionale o controparte qualificata – a cui il prodotto è rivolto;
- strategia di distribuzione, in termini di canale distributivo previsto per lo strumento finanziario in relazione ai diversi tipi di investitori;
- conoscenza ed esperienza della clientela *target*, con una categorizzazione dell'investitore nei tre gruppi *basic/informed/advanced*.

La SIM sta sviluppando internamente le procedure operative e informatiche per consentire alla propria clientela di esprimere preferenze di sostenibilità riguardo ai prodotti distribuiti dalla SIM stessa.

Qualora l'intermediario produttore sia un soggetto non rientrante nell'ambito della MiFID II o comunque non siano altrimenti reperibili informazioni pubbliche rilevanti riguardo ai prodotti, la SIM, in qualità di distributore, adotta le misure ragionevoli volte a ricevere ugualmente dal produttore le informazioni necessarie per il corretto *assessment* del *target market*. In base alle informazioni ricevute o reperite valuta se distribuire il prodotto.

Nell'approccio distributivo, la Società individua il *Target Market* sulla base della propria conoscenza dei mercati finanziari e della propria esperienza sui prodotti e sui clienti finali. A tal riguardo, la presente *Policy* si aggiunge alle regole che la Società si è data in materia di profilatura della clientela. Pertanto, fermo restando i profili MiFID individuati per la clientela, la SIM fa proprie le risposte che il cliente fornisce in sede di compilazione del Questionario di appropriatezza per l'applicazione dei criteri di *Target Market* individuati nel seguito.

Ai fini dell'identificazione della clientela finale, la SIM ha definito tre limiti sul *target market* che rendono bloccante la sottoscrizione, sulla base delle indicazioni riportate nell'*European Mifid Template* ("EMT"):

- a) controllo sul *target market/investor type*;
- b) controllo sul *target market/knowledge and experience*;
- c) controllo sul *target market/distribution strategy*.

### 12.1 Tipologia di clientela (retail, professionale, controparte qualificata)

Le Società prodotto definiscono per ciascuno strumento finanziario il *Target Market* potenziale in relazione alla tipologia di clientela (*Investor type*) secondo la tabella che segue:

TARGET MARKETS – INVESTOR TYPE	POSSIBILI RISPOSTE	CODICE RISPOSTA	NOTE
<b>Retail</b>	Yes or No or Neutral	Y / N / Neutral	Neutrale: l'emittente non ritiene di prevedere un <i>target market</i> positivo nè un <i>target market</i> negativo.
<b>Professional</b>	Yes or No or Neutral or Professional Per Se or Elective Professional or Both	Y / N / Neutral / P / E / B	Neutrale: l'emittente non ritiene di prevedere un <i>target market</i> positivo nè un <i>target market</i> negativo. Specificare P, E, B, qualora la distinzione Professionale di diritto e/o Professionale su richiesta è effettuata nel prospetto.
<b>Eligible Counterparty</b>	Yes or No or Neutral	Y / N / Neutral	Neutrale: l'emittente non ritiene di prevedere un <i>target market</i> positivo nè un <i>target market</i> negativo.

La Società ha ritenuto opportuno rendere sottoscrivibili da parte della clientela solo gli strumenti finanziari con indicazione Y o Neutral al record *Target Market – Investor type* RETAIL.

Se ad esito del controllo - effettuato mensilmente dal Direttore Operativo – sul file EMT, la voce *Target Market – Investor type* RETAIL non è compilata, l'OICR non rientra tra i prodotti distribuibili dalla SIM.

## 12.2. Conoscenza ed esperienza (base, intermedia e avanzata)

La Società definisce per ciascuno strumento finanziario il *Target Market* concreto in relazione alla conoscenza ed esperienza (*knowledge and experience*) della clientela secondo la tabella che segue, sulla base del profilo di rischio risultante dal Questionario di appropriatezza.

TARGET MARKET – KNOWLEDGE & EXPERIENCE	POSSIBILI RISPOSTE	CODICE RISPOSTA	NOTE
<b>Basic</b>	Yes or No or Neutral	Y / N / Neutral	Investitore con le seguenti caratteristiche: - conoscenza base dei relativi strumenti finanziari (un investitore con conoscenze basilari può adottare decisioni di investimenti informate sulla base della documentazione di offerta approvata e conforme ai requisiti regolamentari applicabili o delle informazioni basilari fornite dai punti di vendita); -nessuna esperienza finanziaria, adatto a investitori alle prese con il primo investimento.
<b>Informed</b>	Yes or No or Neutral	Y / N / Neutral	Investitori che posseggono uno o più delle seguenti caratteristiche: -conoscenza dei relativi strumenti finanziari (un investitore informato può adottare decisioni di

			investimento informate sulla base della documentazione di offerta approvata e conforme ai requisiti regolamentari applicabili, nonché della conoscenza e comprensione degli specifici fattori e rischi) - posseggono una certa esperienza in investimenti finanziari.
<b>Advanced</b>	Yes or No or Neutral	Y / N / Neutral	Investitori che posseggono uno o più delle seguenti caratteristiche: -buona conoscenza dei relativi strumenti finanziari e connesse operazioni; - esperienza in materia finanziaria.

Sulla base della suddetta tabella, nel sistema di *Front Office* sono definiti i limiti *ex-ante* automatizzati e bloccanti nel seguente modo:

<b>PROFILO DI RISCHIO</b>	<b>TARGET MARKET-KNOWLEDGE&amp;EXPERIENCE</b>
1	BASIC
2	BASIC- INFORMED
3	BASIC- INFORMED
4	BASIC- INFORMED
5	BASIC-INFORMED-ADVANCED
6	BASIC-INFORMED-ADVANCED
7	BASIC-INFORMED-ADVANCED

---

Da cui deriva che gli investitori con profilo di rischio 5 – 7, che possono acquistare prodotti per un *Target Market Advanced*, possono acquistare anche prodotti per i *Target Market* di tipo *Basic* ed *Informed*.

Il dato che sarà restituito dalle case prodotto sarà il seguente:

- Basic: YES/NO/NEUTRAL;
- Informed: YES/NO/NEUTRAL;
- Advanced: YES/NO/NEUTRAL.

Nel caso in cui l'informazione restituita fosse YES o NEUTRAL, il prodotto sarà sottoscrivibile dall'investitore.

Di seguito si riporta un esempio.

Se il dato restituito dalle case prodotto fosse:

- Basic: NO;
- Informed: NO;
- Advanced: NEUTRAL.

Il prodotto potrà essere sottoscritto solo dagli investitori con un profilo di rischio compreso tra 5 e 7, riferito ai *Target Market* ADVANCED.

Il controllo sull'associazione profilo di rischio e “knowledge and competence” viene svolto dal sistema di Front End della SIM in fase di chiamata alla maschera operativa, ovvero quando il cliente accede alla maschera per effettuare l'ordine di acquisto dell'OICR.

Nel caso in cui la voce *Target Market - Knowledge & Experience*, del file EMT, non è compilata, l'OICR non rientra tra i prodotti distribuibili dalla SIM, fatta eccezione per gli investitori con profilo di rischio compreso tra 5 e 7.

### **12.2.1 Conoscenza ed esperienza (base, intermedia e avanzata) nei Piani di Accumulo (PAC)**

In caso di sottoscrizione da parte del cliente di Piani di Accumulo (PAC), il controllo automatizzato viene effettuato solo in fase di apertura del piano. Semestralmente il Direttore Operativo effettua un controllo al fine di verificare che per tutti i PAC in essere sia ancora valida la compatibilità del prodotto, i.e. il livello di esperienza e conoscenza, con il profilo di rischio del cliente.

### 12.3 Strategia di distribuzione (Mera esecuzione, Esecuzione con test di appropriatezza, Servizio di consulenza, Gestione di portafoglio)

Le Società prodotto definiscono per ciascuno strumento finanziario il *Target Market* potenziale in relazione alla strategia distributiva secondo la tabella che segue:

TARGET MARKETS – DISTRIBUTION STRATEGY	POSSIBILI RISPOSTE	CODICE RISPOSTA
Execution Only	Retail or Professional or Both or Neither	R/P/B/N
Execution Only with Appropriateness Test or Non Advised Services	Retail or Professional or Both or Neither	R/P/B/N
Investment Advice	Retail or Professional or Both or Neither	R/P/B/N
Portfolio Management	Retail or Professional or Both or Neither	R/P/B/N

La Società ha ritenuto opportuno rendere sottoscrivibili da parte della clientela solo gli strumenti finanziari con indicazione R or Both al record *Target Market – Distribution Type- Execution Only with Appropriateness Test or Non Advised Services*. Pertanto, se ad esito del controllo - effettuato mensilmente dal Direttore Operativo – sul file EMT, la voce *Target Market – Distribution Type- Execution Only with Appropriateness Test or Non Advised Services* non è compilata con “Retail” (R) o “Both” (B), l’OICR non rientra tra i prodotti distribuibili dalla SIM.

### 13. Trasmissione delle informazioni

La SIM, nel suo ruolo di “distributore”, è tenuta a formalizzare, all’interno dell’accordo distributivo tra “produttore” e “distributore”, lo scambio informativo tra le parti. Il dettaglio informativo è disciplinato nelle Linee Guida ESMA.

In dettaglio, la SIM fornisce al “produttore”, se richieste nell’accordo distributivo, informazioni in merito a:

- canali distributivi adottati;
- vendite e ogni altra informazione riguardo la revisione periodica effettuata;
- tipo di clientela servita;
- sintesi dei reclami ricevuti;
- sbagliata identificazione del *Target Market* per uno specifico prodotto;
- ampliamento del canale distributivo individuato dal “produttore”.



---

La SIM tiene traccia (i.e. tutte le operazioni di commercializzazione sono estraibili da backoffice o da log di Front End) delle vendite dei singoli prodotti offerti, al fine di dare evidenza al produttore delle vendite e di eventuali scostamenti dal *Target Market* potenziale.

#### 14. Revisione periodica dei prodotti

La SIM riesamina le procedure e le misure adottate a norma dei paragrafi precedenti, al fine di garantire che le stesse permangano idonee all'adempimento degli obblighi imposti. In particolare, riesamina regolarmente i prodotti distribuiti e le modalità di sottoscrizione, tenendo conto di qualsiasi evento che possa incidere in modo significativo sui rischi potenziali per il *Target Market* identificato. A tal fine, valuta se il prodotto resti coerente con le esigenze, le caratteristiche e gli obiettivi del *Target Market* e se la prevista strategia di distribuzione continui ad essere appropriata per la propria clientela di riferimento. Qualora la SIM rilevi di aver erroneamente identificato il *Target Market*, sarà necessario riconsiderare il *Target Market* e/o aggiornare le procedure e le misure adottate.

La SIM si è dotata di una strategia distributiva che non prevede la distribuzione in *target market* negativo. In ogni caso, la SIM fornisce al produttore le informazioni sulle vendite, se richiesto dallo stesso, e, se del caso, qualsiasi informazione pertinente che possa essere ottenuta attraverso il riesame periodico. La SIM, inoltre, tiene in considerazione i dati e le informazioni da cui possa dedurre di aver erroneamente identificato il mercato di riferimento per un prodotto o qualora il prodotto non soddisfi più le condizioni del mercato di riferimento determinato.

La Funzione di *Risk Management*, con cadenza annuale, si confronta con il Direttore Operativo e la Funzione Organizzazione al fine di individuare eventuali eventi pregiudizievoli che possano aver reso i prodotti collocabili non coerenti e appropriati per la clientela *target*. Inoltre, in riferimento alla Due Diligence delle Società Prodotto verifica, con cadenza biennale, che non siano intervenuti elementi che possano determinare una ridefinizione dell'universo dei prodotti collocabili.

---

## **Allegato 1 (Informativa costi e oneri)**

I dati di costo ex ante presenti nel *template* EMT delle società prodotto, sono acquisiti tramite il servizio offerto da Allfunds Bank S.A.; i dati di costo ex post tramite un servizio offerto da ICE Data Services.

### **1 Informativa Costi e Oneri Ex Ante**

In riferimento al tema dell'informativa costi ed oneri ex ante, la SIM ha implementato una scheda dinamica nella maschera di sottoscrizione che mostra i costi del prodotto sia in forma percentuale sia in forma monetaria personalizzata per il controvalore dell'operazione. I dati di costo, ricondotti alle macro-categorie MiFID, sono presentati in forma analitica; viene data evidenza anche delle retrocessioni (incentivi) riconosciute alla SIM per l'attività di collocamento.

Le informazioni ex ante sui costi e gli oneri sono rese disponibili in tempo utile al cliente prima della sottoscrizione o rimborso dell'OICR. Al momento dell'acquisto/sottoscrizione il cliente dichiara di aver preso visione dell'informativa sui costi e oneri: "Dichiaro di aver preso visione dei dettagli dell'ordine, dei documenti informativi e del prospetto spese".

La SIM ha inoltre previsto il salvataggio dello schema dei costi ex ante visualizzato dall'utente al momento dell'inserimento dell'ordine e la possibilità di consultare l'elenco delle transazioni e il dettaglio dei costi.

#### **1.1 Specifiche per la gestione dell'Informativa Costi e Oneri Ex Ante nei Piani di Accumulo**

In caso di Piani di Accumulo la Società ha previsto differenti modalità di calcolo dell'Informativa Costi e Oneri Ex Ante a seconda delle azioni compiute dal cliente in riferimento al piano stesso.

Di seguito le possibili casistiche:

1. apertura del PAC: i costi ex ante sono calcolati sulla totalità del piano;
2. modifica del PAC: i costi ex ante sono calcolati sul piano rimanente;
3. versamento aggiuntivo con riduzione del numero delle rate: non è mostrata la scheda costi ex ante in quanto i costi dei servizi finanziari sono stati già mostrati in sede di apertura del PAC;
4. versamento aggiuntivo senza riduzione del numero delle rate: i costi ex ante sono calcolati sull'importo aggiuntivo versato.

---

## 2 Informativa Costi e Oneri Ex Post

Con riguardo all'informativa costi ed oneri ex post, è stata prevista un'informativa annuale o ad esito della cessazione per qualsiasi causa del rapporto contrattuale, sui costi e oneri connessi ai servizi e ai prodotti, che mostra anche gli eventuali effetti cumulativi dei costi sulla redditività.

La SIM espone in forma sintetica tutti i costi connessi ai servizi di investimento e agli strumenti finanziari, lasciando in ogni caso al cliente la possibilità di richiedere tramite l'Assistenza Clienti, l'informativa sui costi e oneri in forma analitica (dettagliata per ogni singolo strumento).

I dati sono esposti sia in controvalore assoluto (Euro) sia in percentuale sulla giacenza media annuale del portafoglio.

Preliminarmente il Direttore Operativo provvede a controllare tutti gli ISIN che devono essere oggetto dell'Informativa e a tal fine effettua un'estrazione da sistema con tutti i movimenti del periodo e il saldo di fine periodo.

Partendo da tale elenco, riceve in modalità downloading, tramite tracciati predefiniti, tutti i dati riguardanti i titoli richiesti.

Per tutti gli ISIN per i quali non è presente il dettaglio dei costi oppure si riferisce a date precedenti al periodo temporale considerato viene chiesto ad ICE Data Services di verificare l'eventuale disponibilità di dati più aggiornati.

In casi estremi, il Direttore Operativo può cercare di ricavare i dati da altri Info Providers o dalle informazioni sui costi contenute nei KIID.

Nel caso in cui ripetutamente non vengano resi disponibili dalla Società i dati relativi al periodo di riferimento la Società valuta, anche con il supporto della Funzione di Compliance, se sussistono i requisiti di product governance per lasciare il prodotto tra quelli sottoscrivibili dalla clientela.

Terminata la raccolta di tutti gli EMT, il Direttore Operativo fornisce a Cesam S.r.l. il file completo per la "normalizzazione" dei dati e per lo svolgimento di tutte le attività propedeutiche al caricamento di questi a sistema e all'elaborazione dell'informativa periodica.

Per maggiori dettagli sull'elaborazione ed i controlli effettuati da Cesam e dal Direttore Operativo si rinvia al Manuale Operativo di Collocamento.