



Scheda prodotto – POG

Famiglia



**Nome Prodotto:** Famiglia

**Data di messa in commercio:** 12/11/2024

**Data di ultimo aggiornamento:**

**Prodotto:**

Già in commercio

Nuovo

Solo nel caso di prodotto già in commercio, rispondere alla seguente domanda

Il Prodotto ha subito modifiche non sostanziali

Il Prodotto ha subito modifiche sostanziali

Il presente documento è redatto ai sensi dell'art. 30-decies, comma 6, del Decreto Legislativo n. 209/2005 (“**Codice delle Assicurazioni Private**” o “**CAP**”) e del Regolamento IVASS n. 45/2020 in materia di requisiti di governo e controllo dei prodotti assicurativi (“**POG**”) nonché ai sensi della Politica di governo e controllo del prodotto adottata da Prima Assicurazioni S.p.A. (“**Prima**”).

Si compone di tre sezioni:

- Sezione I - Caratteristiche del prodotto **Famiglia** (il “**Prodotto**”);
- Sezione II - Processo di approvazione del Prodotto e mercato di riferimento;
- Sezione III – Documento POG del Distributore – Informazioni inviate dal Distributore al Produttore, in ottemperanza ai propri obblighi di comunicazione.

Il presente documento è a disposizione di tutti i distributori proponenti in conformità con quanto previsto dalla normativa in materia di POG al fine di consentire loro, tra l'altro, di (i) comprendere le caratteristiche del Prodotto e del mercato di riferimento identificato da Prima, in qualità di *manufacturer de facto* nonché (ii) distribuire il Prodotto, esclusivamente, presso tale mercato di riferimento e (iii) fornire ai distributori proponenti un modello per le comunicazioni dovute dai distributori in conformità al Regolamento UE 2017/2358 e al Regolamento IVASS n. 45/2020 .

Nel caso in cui il presente documento subisca modifiche a seguito dell'attività di revisione di cui alla Sezione II, par. 4 che segue, ai distributori verrà fornita adeguata informazione e documentazione.

## SEZIONE I - Caratteristiche del prodotto

### Identificazione del Prodotto

---

L'assicurazione copre la famiglia per i rischi di danni a terzi ed infortuni nel tempo libero.

### Compagnia emittente

---

**Great Lakes Insurance SE - Rappresentanza Generale per l'Italia:** Sede legale e direzione generale in Koniginstrasse 107, 80802 Monaco di Baviera, Germania e sede secondaria in via Caldera 21, 20153 Milano (MI). Impresa autorizzata all'esercizio dell'attività assicurativa e vigilata da Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BAFIN). Ammessa ad operare in Italia in Regime di Stabilimento ex art. 23 del CAP. Iscritta all'Albo delle Imprese di Assicurazione tenuto da IVASS – Elenco annesso – con numero I.00093 ("Great Lakes" o la "Compagnia").

### Elementi e caratteristiche principali

---

Il prodotto è rivolto a tutti i soggetti che vogliono assicurare sé stessi e i membri del proprio nucleo familiare contro il rischio di danni derivanti da responsabilità civile e infortuni.

### Rischi assicurati – Garanzie opzionali ed attive solo su richiesta del cliente

---

- RC Famiglia;
- Infortuni famiglia

### Limitazioni ed esclusioni delle garanzie

---

La garanzia RC Famiglia offre copertura verso il rischio che deriva dalle attività della vita privata esclusi i rischi che riguardano le attività professionali.

La garanzia tiene indenne gli assicurati per le somme che devono risarcire (capitale, interesse e spese) se civilmente responsabili, ai sensi di legge, di danni causati involontariamente a terzi che comportano:

- morte o lesioni a persone o animali;
- distruzione o danneggiamento di cose.

Sono coperti solo i rischi dovuti a fatto accidentale che derivano da:

- eventi legati alla conduzione;
- eventi legati alla vita privata.

La garanzia, per gli eventi legati alla conduzione, opera esclusivamente in relazione a fabbricati (ad esempio ville) o porzioni di fabbricato (ad esempio appartamenti) che sono destinati al solo uso abitativo e che si trovano in Italia e a condizione che il fabbricato, considerato nella sua totalità, soddisfi alcune caratteristiche relative, inoltre, allo stato di

manutenzione.

Sono esclusi i danni che derivano dall'impiego di veicoli, rimorchi e natanti per cui è obbligatoria l'assicurazione.

Inoltre, la garanzia non opera se relativa a danni derivanti dallo svolgimento di attività professionali, quali Bed and Breakfast ed Affittacamere.

Le limitazioni ed esclusioni delle garanzie sono descritte nel DIP, nel DIP Aggiuntivo Danni e nelle Condizioni di polizza.

La garanzia Infortuni famiglia protegge il contraente e le persone che fanno parte del suo stato di famiglia solo se alla data di decorrenza del contratto di assicurazione non hanno compiuto il 68° anno di età.

### **Struttura dei costi del prodotto, inclusi i costi impliciti**

---

Con riguardo al contratto proposto, si precisa che, relativamente al Prodotto, la provvigione percepita da Prima dalla Compagnia è inclusa nel premio assicurativo. La provvigione è determinata da una aliquota applicata al premio, al netto delle imposte e degli oneri parafiscali, compresa tra un minimo dello 0% e un massimo del 20%.

Con riguardo alla Rete Distributiva Fisica (come di seguito definita), la provvigione percepita da ciascun distributore è corrisposta da Prima entro i limiti suddetti.

### **Eventuali circostanze che possono causare un conflitto di interesse a discapito del contraente**

---

In relazione alla strutturazione e alla distribuzione del Prodotto, Prima e la Compagnia non hanno individuato circostanze specifiche che possono causare un conflitto di interesse a discapito del contraente.

### **Durata della polizza**

---

La polizza è emessa per la durata di un anno, con tacito rinnovo, salvo disdetta.

A ogni scadenza annuale, il contratto viene prorogato per un ulteriore anno senza modifiche peggiorative alle condizioni di premio e/o di copertura. La proroga avviene se il premio viene pagato e se non viene data disdetta (via posta elettronica semplice o certificata) da una delle due parti.

La disdetta può essere data:

- dal contraente, entro 15 giorni dalla data di scadenza della polizza;
- dalla Compagnia (o da Prima Assicurazioni per conto della Compagnia), almeno 30 giorni prima della data di scadenza.

### **Altro**

---

Per ogni altra informazione, si rinvia al DIP, DIP Aggiuntivo e relative condizioni di polizza disponibili al seguente link: [www.prima.it/set-informativi](http://www.prima.it/set-informativi).

## SEZIONE II – Processo di approvazione

### 1. Definizione del Target Market Positivo e Target Market Negativo —

Il Prodotto è rivolto a chi vuole assicurare sé stesso e i membri del proprio nucleo familiare per i rischi di danni derivanti da responsabilità civile e infortuni.

La garanzia RC Famiglia opera esclusivamente in relazione a fabbricati (ad esempio ville) o porzioni di fabbricato (ad esempio appartamenti) che considerati nella propria totalità siano:

- adibiti per almeno 2/3 della superficie complessiva dei piani ad abitazioni, uffici e studi professionali;
- siti nel territorio della Repubblica italiana;
- in buone condizioni di statica, manutenzione e conservazione;

e conformi a una delle seguenti tipologie:

- Tipo A (tradizionale), fabbricato con pareti esterne e manto esterno del tetto costruiti con materiali incombustibili per almeno il 75% della superficie totale delle stesse. Tutte le altre strutture, compresa impermeabilizzazione o rivestimento, possono essere interamente costruite in materiale combustibile;
- Tipo B (in legno), fabbricato con pareti esterne realizzate in legno lamellare o in pannelli modulari multistrato di legno con spessore minimo di 8 cm, certificato secondo i regolamenti vigenti all'epoca di costruzione, a condizione che tali pareti abbiano una resistenza al fuoco pari alla REI 60 (ovvero per almeno un'ora). Il manto esterno del tetto e tutte le altre strutture costruiti in qualsiasi materiale. Le strutture fuori terra vincolate alle strutture di fondazione o interrate con idonei dispositivi di fissaggio.

Si precisa che si considerano incombustibili sostanze e prodotti (legno compreso) che alla temperatura di 750 °C non danno luogo a manifestazioni di fiamma né a reazione esotermica.

Inoltre, per la garanzia Infortuni famiglia sono assicurabili solo persone che hanno meno di 68 anni.

(tutto quanto sopra definisce il “**Target Market Positivo**”).

Il Prodotto non è, invece, rivolto a clienti che abbiano più di 68 anni di età alla data di decorrenza della garanzia Infortuni famiglia ovvero a clienti che vogliano assicurare:

- fabbricati in costruzione e/o in fase di ampliamento;
- fabbricati disabitati continuativamente da più di 270 giorni;
- fabbricati inagibili (per mancanza di autorizzazioni amministrative);
- fabbricati inabitabili (fatiscenti, con rischi di crollo o privi di situazioni igieniche accettabili);

(tutto quanto sopra definisce il “**Target Market Negativo**”).

Le esigenze e gli obiettivi individuati sulla base della tipologia di cliente sono:

- bisogni legati alla salvaguardia del patrimonio della persona per danni causati involontariamente a terzi derivanti da eventi legati al fabbricato;
- bisogni legati alla salvaguardia del patrimonio della persona per danni causati involontariamente a terzi derivanti da eventi legati allo svolgimento di normali attività della vita privata dei soggetti assicurati;
- bisogni legati alla salvaguardia del patrimonio della persona per danni causati involontariamente a terzi derivanti da eventi legati alla proprietà di animali domestici;
- bisogni legati alla salvaguardia del patrimonio della persona a seguito di infortuni avvenuti nell’ambito domestico ed extraprofessionale.

Il livello di conoscenza dei clienti, l’età (salvo quanto sopra dettagliato con riguardo alla garanzia Infortuni famiglia), il profilo occupazionale e la sua situazione familiare non rilevano per la definizione del Target market Positivo e Negativo del Prodotto.

## 2. Test

---

Il Prodotto è stato sottoposto a un test qualitativo e quantitativo al fine di determinare se la sua costruzione sia adeguata rispetto alle esigenze, agli obiettivi e alle caratteristiche dei contraenti rientranti nel Target Market Positivo.

In particolare, il test sul Prodotto è stato svolto sulla base delle risposte alle seguenti domande:

- **D:** Il Prodotto copre il Target Market Positivo designato dai principali rischi in cui questo può incorrere nell’ambito della copertura assicurativa prestata dal prodotto?
- **R:** Sì. Il Prodotto assicurativo comprende un’ampia varietà di garanzie pensate per tenere indenne gli assicurati rispetto ai bisogni come sopra identificati.

- **D:** Il Prodotto risponde a un obbligo di legge? E, in questo caso, il Prodotto è disegnato per tutti i soggetti su cui grava tale obbligo?
- **R:** No, il Prodotto non risponde ad un obbligo di legge.
  
- **D:** Sono state correttamente rappresentate le esclusioni e/o le limitazioni ed è stato verificato se le stesse modificano l'ampiezza del Target Market Positivo?
- **R:** Si ritiene che sia data adeguata e trasparente evidenza delle limitazioni ed esclusioni e che le esclusioni e le limitazioni non abbiano impatti sul Target Market Positivo.
  
- **D:** L'ammontare dei costi e degli oneri è compatibile con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo e tale da consentire un adeguato valore per il cliente?
- **R:** Si ritiene che l'ammontare dei costi e gli oneri a carico del contraente non produca impatti negativi per il contraente e anzi sia coerente con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo, attribuendo un valore adeguato.
  
- **D:** La struttura dei costi e degli oneri è adeguatamente trasparente per il Target Market Positivo, non occulta i costi e gli oneri e non risulta troppo complessa da comprendere per il cliente?
- **R:** La struttura dei costi e degli oneri è portata a conoscenza del contraente attraverso la documentazione messa a disposizione (Allegato 4) in maniera trasparente e chiara per il contraente.
  
- **D:** È stato verificato che il canale di vendita utilizzato sia in grado di raggiungere il Target Market Positivo e di spiegarne le caratteristiche?
- **R:** Sì, sia il canale di vendita online sia il canale di vendita tramite la Rete Distributiva Fisica sono considerati idonei rispetto alle esigenze degli utenti.
  
- **D:** È stata sottoposta a verifica la corrispondenza del bisogno assicurativo degli utenti rispetto alla copertura assicurativa offerta dal prodotto?
- **R:** Sì, è stata verificata la corrispondenza del bisogno assicurativo degli utenti rispetto alla copertura assicurativa offerta dal prodotto.
  
- **D:** Sono stati analizzati i reclami ricevuti su prodotti analoghi o simili e, nella costruzione del Prodotto, si è tenuto conto degli stessi?



- **R:** Sì e non sono emersi dati significativi o tali da rendere necessaria una revisione del prodotto.

All'esito dei test di cui sopra, il Prodotto è stato ritenuto idoneo a soddisfare le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche della clientela rientrante nel Target Market Positivo.

In caso di eventi eccezionali, in grado di rendere la polizza non più idonea a soddisfare le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche della clientela rientrante nel Target Market Positivo, Prima si impegna a riconsiderare e, se necessario, rivedere la struttura della medesima, così da renderla nuovamente aderente alle esigenze, agli obiettivi e alle caratteristiche della clientela rientrante nel Target Market Positivo.

Il presente documento verrà inviato a tutti i distributori del Prodotto – in ossequio a quanto previsto dalla normativa in materia di POG e dall'Allegato 6 dell'accordo di collaborazione orizzontale concluso tra Prima ed Agenti o Broker – al fine di rendere i medesimi in grado di comprendere a pieno le caratteristiche del prodotto assicurativo, nonché di distribuirlo, esclusivamente, presso il Target Market Positivo identificato da Prima (di concerto con l'assicuratore). Ovviamente, nel caso in cui il presente documento subisca modifiche, a seguito dell'attività di revisione sopra menzionata, ai distributori verrà fornita la versione aggiornata del medesimo.

Prima si impegna a non stipulare accordi relativi alla remunerazione dei distributori che possano confliggere con l'obbligo, esistente in capo ai distributori stessi, di agire con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza, nel miglior interesse del cliente. In particolare, gli accordi relativi alla remunerazione non dovranno prevedere alcun incentivo per i distributori volto a consigliare ad un cliente un determinato prodotto, laddove sia disponibile un prodotto più adatto alle esigenze del cliente stesso.

### 3. Canale distributivo

---

Date le caratteristiche del Prodotto, lo stesso può essere distribuito anche in assenza di consulenza, nel rispetto della normativa prevista dal Regolamento IVASS n. 40/2018. Quanto all'individuazione dei canali distributivi, il Prodotto verrà distribuito attraverso (i) tecniche di comunicazione a distanza, ossia attraverso il sito [www.prima.it](http://www.prima.it) (anche mediante utilizzo di collaboratori iscritti nella sezione E del RUI) e(ii) attraverso i canali tradizionali sulla base di accordi di collaborazione orizzontale tra Prima ed Agenti e Broker (la "Rete Distributiva Fisica" e congiuntamente alla Rete Distributiva Online, la "Rete Distributiva"). La Rete Distributiva potrà avvalersi della collaborazione di intermediari.

La Rete Distributiva è selezionata sulla base, tra l'altro, dei seguenti elementi:

- le capacità professionali e i loro assetti organizzativi, la conoscenza e il tipo di business del canale distributivo;

- in caso di utilizzo di mezzi di comunicazione a distanza, le caratteristiche tecniche di questi mezzi in termini, ad esempio, di facilità di utilizzo e di accessibilità.

La Rete Distributiva riceve tutta l'informativa appropriata e la documentazione precontrattuale relative ai prodotti assicurativi, il Target Market Positivo e Negativo e la strategia distributiva suggerita, comprese le informazioni sulle principali caratteristiche dei prodotti assicurativi, sui loro rischi e costi, compresi i costi impliciti, nonché qualsiasi circostanza che possa causare il sorgere di conflitti di interesse a detrimento del cliente.

Nel contesto di tale strategia distributiva sono stati adottati i seguenti presidi per evitare che il prodotto sia collocato presso un Target Market Negativo (per quanto applicabile, come descritto nel par. 1 che precede):

- **Accordo Flussi:** la Rete Distributiva è stata resa edotta delle caratteristiche del prodotto tramite la presente Scheda prodotto/POG, nonché tramite la messa a disposizione del set informativo all'interno della Piattaforma Intermediari Prima;
- **Monitoraggio del prodotto:** costante monitoraggio del prodotto anche tramite un flusso informativo di ritorno dai distributori al produttore avente ad oggetto, tra le altre informazioni, eventuali reclami, recessi, feedback della clientela e se tale Prodotto sia distribuito nel Target Market Positivo;
- **Monitoraggio della Rete distributiva:** la Rete Distributiva è sottoposta a controlli periodici a campione volti a verificare l'adempimento degli obblighi previsti dalla normativa applicabile, dalla presente Scheda prodotto/POG e dal relativo accordo di collaborazione orizzontale in essere.

#### 4. Monitoraggio e revisione

---

Il Prodotto è soggetto ad un costante monitoraggio per (i) identificare gli eventi che potrebbero influenzare sostanzialmente le caratteristiche principali, la copertura del rischio o le garanzie del Prodotto stesso, (ii) valutare se il Prodotto continua ad essere coerente con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo e (iii) verificare se il Prodotto è distribuito presso il Target Market Positivo o a clienti al di fuori di esso. Prima procede al monitoraggio sia su base periodica sia in presenza di specifici eventi che possono avere impatti sul Prodotto.

Il monitoraggio è condotto anche sulla base del flusso informativo di ritorno da parte della Rete Distributiva, che include, tra l'altro, informazioni sui reclami ricevuti, i recessi, l'eventuale variazione del Target Market Positivo o un cambiamento alla strategia distributiva, nonché sulla base delle modifiche normative e degli sviluppi tecnologici e dei cambiamenti della situazione di mercato. Tale monitoraggio permette di individuare i casi in cui dovesse rendersi necessaria una revisione del Prodotto (ad esempio quando il Prodotto non soddisfa più le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo

ovvero quando il Prodotto è distribuito al di fuori dello stesso) ed evitare, in tal modo, il verificarsi di effetti dannosi alla clientela.

Le azioni e le misure correttive che Prima adotta all'esito dell'attività di monitoraggio possono consistere, ad esempio, in variazioni delle tariffe associate a ciascuna garanzia, variazioni delle condizioni applicabili a una o più garanzie (massimali, franchigie, esclusioni), modifica della strategia distributiva, modifica della documentazione precontrattuale e contrattuale e variazioni del Target Market Positivo o Negativo.

## 5. Avvertenze per la Rete Distributiva Fisica

---

Si rammenta alla Rete Distributiva che:

- la distribuzione deve essere indirizzata nei confronti del Target Market Positivo e non alle categorie di clienti che rientrano nel Target Market Negativo;
- qualora un cliente non rientri nel Target Market Positivo, l'eventuale distribuzione del prodotto può essere realizzata solo a condizione che il cliente non appartenga al Target Market Negativo e il prodotto sia adeguato e corrisponda alle richieste e alle esigenze assicurative del cliente;
- la distribuzione del Prodotto a un contraente che non rientri nel Target Market Positivo deve essere prontamente comunicata a Prima;
- il Target Market Positivo e il Target Market Negativo comunicati non sostituiscono l'obbligo dei canali distributivi di dover rispettare le regole di presentazione e di comportamento previste dal Regolamento IVASS n. 40/2018 e di effettuare una valutazione individuale del cliente in conformità con le regole di distribuzione dei prodotti assicurativi;
- qualora il distributore acquisisca consapevolezza del fatto che il Prodotto non sia in linea con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo o del fatto che altre circostanze legate al Prodotto possono arrecare danno al contraente, il distributore informa – secondo le modalità individuate nell'accordo di collaborazione sottoscritto tra le parti – Prima, indicando anche eventuali modifiche necessarie alla strategia di distribuzione del Prodotto;
- deve astenersi dall'adottare qualsiasi misura che possa incentivare la distribuzione di un prodotto in luogo di un altro prodotto che possa meglio soddisfare le esigenze, gli interessi e gli obiettivi del cliente;
- eventuali reclami, recessi o ogni altro feedback da parte della clientela dei quali la Rete Distributiva venga a conoscenza devono essere portati a conoscenza di Prima.

Le informazioni sulle caratteristiche dei prodotti assicurativi, sui loro rischi e costi, compresi i costi impliciti, nonché qualsiasi circostanza che possa causare il sorgere di conflitti di interesse a detrimento del cliente sono sempre disponibili attraverso i set informativi disponibili al seguente link [www.prima.it/set-informativi](http://www.prima.it/set-informativi) o all'interno della Piattaforma Intermediari Prima.

Con il presente documento, si rammenta a ciascun intermediario, agente, broker o collaboratore che, ai sensi dell'accordo di collaborazione sottoscritto tra le Parti, tale intermediario è tenuto, regolarmente, periodicamente e ogni qualvolta sia necessario, ad utilizzare il modello per le comunicazioni dovute dai distributori al produttore in conformità al Regolamento UE 2017/2358 ed al Regolamento IVASS n. 45/2020, fornito da Prima e riportato sotto sub Sezione III.

## **SEZIONE III – Documento POG del distributore – informazioni inviate dal distributore al produttore, in ottemperanza ai propri obblighi di comunicazione**

Si forniscono i seguenti modelli per le comunicazioni dovute dai distributori in conformità al Regolamento UE 2017/2358 ed al Regolamento IVASS n. 45/2020 (**Modello A** e **Modello B**), finalizzate a fornire al produttore le informazioni rilevanti acquisite prima e durante la distribuzione del prodotto (in particolare con riferimento al Target Market Positivo Effettivo e al Target Market Negativo Effettivo).

Si precisa che il distributore, prima della distribuzione del Prodotto, deve inviare tempestivamente al produttore il Modello A, compilato nel caso in cui il Target Market Positivo Effettivo o Target Market Negativo Effettivo individuati dall'intermediario proponente non corrispondano al Target Market Positivo o Negativo individuati dal produttore.

A tal fine, si ricorda che gli obblighi di comunicazione gravano direttamente sul distributore, essendo i presenti modelli forniti al solo fine di semplificare i flussi informativi, fermi restando l'onere per il distributore di valutare l'eventuale necessità di informazioni aggiuntive e la possibilità per il distributore di utilizzare i propri formati.

**Modello A**

**Comunicazioni da effettuarsi prima dello svolgimento dell'attività di distribuzione del Prodotto**

**Nome Prodotto: Famiglia**

1 – Il Target Market Positivo Effettivo individuato dal distributore corrisponde al Target Market Positivo individuato dal produttore? \*

Sì

No

In caso di risposta negativa, indicare quale sia il Target Market Positivo Effettivo prescelto dal distributore

.....  
 .....  
 .....

\* Nell'ipotesi in cui il Target Market Positivo Effettivo coincida con quello identificato dal produttore, l'intermediario può astenersi dal fornire la risposta.

2 – Il Target Market Negativo Effettivo individuato dal distributore corrisponde al Target Market Negativo individuato dal produttore? \*

Sì

No

In caso di risposta negativa, indicare quale sia il Target Market Negativo Effettivo prescelto dal distributore\*

.....  
 .....  
 .....

\* Nell'ipotesi in cui il Target Market Positivo Effettivo coincida con quello identificato dal produttore, l'intermediario può astenersi dal fornire la risposta.

Data.....

Firma.....

**Modello B**

**Comunicazioni da effettuarsi in relazione all'attività distributiva svolta**

**Nome prodotto: Famiglia**

**Periodo di riferimento** .....

**1 – Il prodotto è stato mai distribuito al di fuori del Target Market Positivo individuato dal produttore?**

Sì

No

In caso di risposta positiva, indicare:

- Il numero dei contratti conclusi al di fuori del Target Market Positivo (ma non nell'ambito del Target Market Negativo indicato): .....
- L'ammontare dei premi lordi raccolti in relazione ai contratti di cui al punto precedente: .....

**2 – La strategia distributiva proposta dal produttore è risultata adeguata in termini di efficacia e di tutela del cliente finale?**

Sì

No

In caso di risposta negativa, indicare le ragioni per cui la strategia distributiva non risulta adeguata:.....  
.....

**3 – Anche a prescindere dalla sussistenza dei sopra menzionati indicatori, il distributore ritiene che il prodotto non sia (o non sia più) in linea con le esigenze, gli obiettivi e le caratteristiche del Target Market Positivo o ha individuato circostanze legate al prodotto che possano arrecare danno al cliente? (informazione da fornire prontamente)**

Sì

No

In caso di risposta positiva, compilare il seguente campo, al fine di fornire maggiori dettagli: .....

4 – Il distributore ritiene di modificare (o di introdurre) un Target Market Positivo Effettivo individuato in precedenza, non coincidente con quello individuato dal produttore?

Sì

No

In caso di risposta positiva, indicare quale sia il Target Market Positivo Effettivo individuato dal distributore .....

5 – Il distributore ritiene di modificare (o di introdurre) un Target Market Negativo Effettivo individuato in precedenza, non coincidente con quello individuato dal produttore?

Sì

No

In caso di risposta positiva, indicare quale sia il Target Market Negativo Effettivo individuato dal distributore.....

6 – Il distributore dichiara che i controlli effettuati in merito ai meccanismi e alle prassi di distribuzione durante il periodo di riferimento hanno avuto il seguente esito:

Positivo\*

Negativo

\*POSITIVO indica che il distributore non ha nulla da segnalare

Qualora si sia risposto “NEGATIVO” alla precedente domanda, riempire la tabella di seguito riportata indicando le ragioni per cui si ritiene che i controlli posti in essere dal distributore sui propri meccanismi di distribuzione abbiano dato esito negativo. Descrivere i rilievi emersi dai controlli, le azioni correttive individuate e le tempistiche di attuazione.....

Data.....

Firma.....