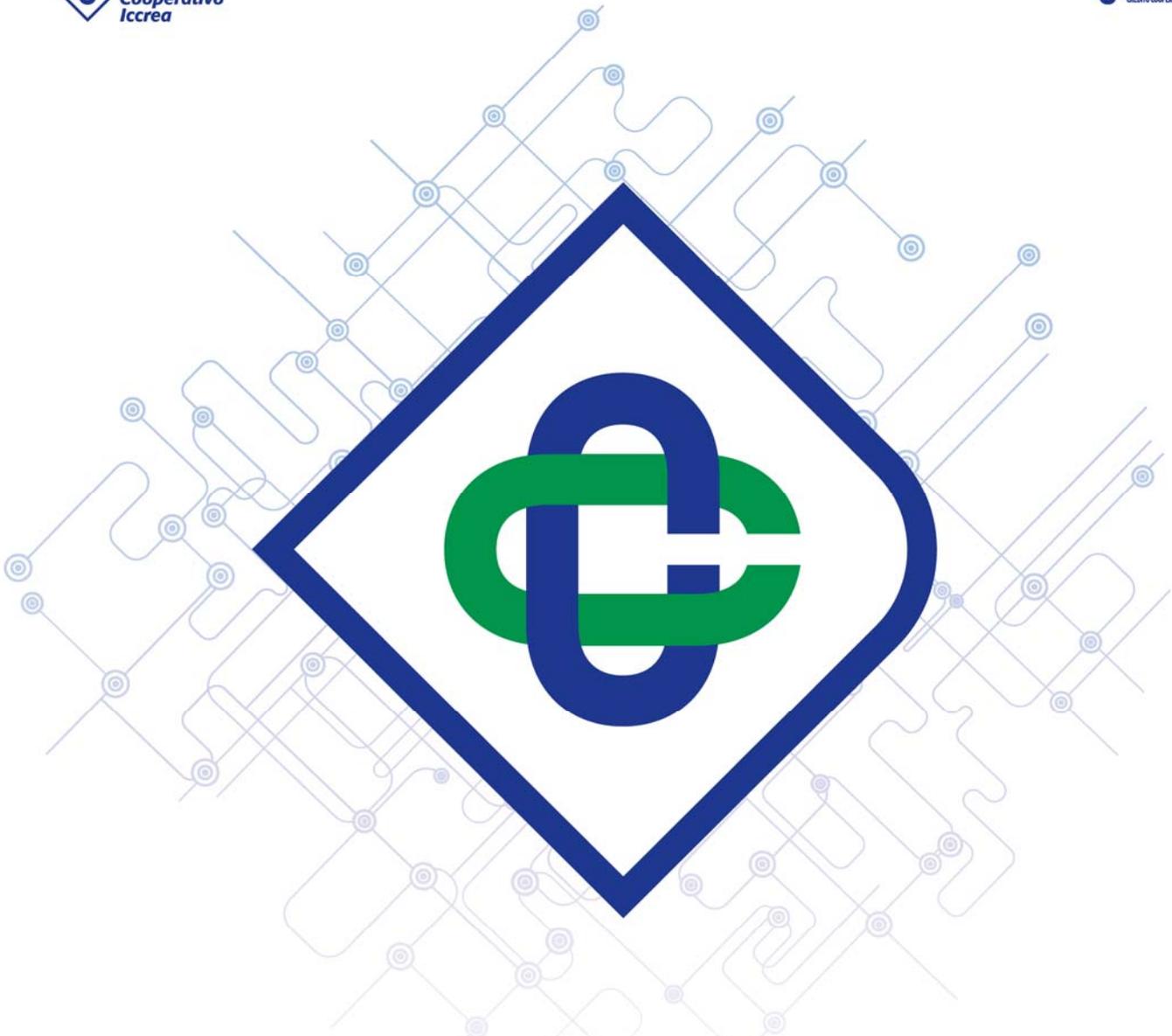


# **Politica di Gruppo in materia di gestione dei conflitti di interesse e incentivi nella prestazione di servizi di investimento e accessori e nella distribuzione di prodotti assicurativi**

Adottata con delibera del Cda in data 25/01/2021



# Politica di Gruppo in materia di gestione dei conflitti di interesse e incentivi nella prestazione di servizi di investimento e accessori e nella distribuzione di prodotti assicurativi

<i>Tipo Documento</i>	Politica di Gruppo
<i>Codifica</i>	GBCI-POL-M05-03-R01
<i>Approvato da</i>	Consiglio di Amministrazione di Iccrea Banca

## Indice

Indice .....	2
1. Modalità di gestione del documento .....	3
1.1. Cronologia delle revisioni.....	3
1.2. Emanazione e norme abrogate in Iccrea Banca.....	3
2. Oggetto.....	4
3. Ambito di applicabilità, approvazione ed aggiornamento .....	4
4. Principali definizioni.....	5
5. Principali riferimenti normativi.....	7
5.1. Principali riferimenti normativi esterni .....	7
5.2. Principali riferimenti normativi interni .....	7
6. Disposizioni di carattere generale .....	8
7. Gestione dei conflitti di interesse.....	9
7.1. Individuazione delle tipologie dei conflitti di interesse.....	9
7.2. Misure adottate per la gestione dei conflitti di interesse .....	12
7.2.1. Servizi di investimento, servizi accessori e distribuzione di prodotti di investimento assicurativi.....	12
7.2.2. Distribuzione dei prodotti assicurativi ramo danni e vita diversi dai prodotti di investimento assicurativi....	14
7.3. Informativa alla clientela sui conflitti di interesse .....	14
7.4. Registro dei conflitti di interesse .....	15
8. Gestione degli incentivi .....	17
8.1. Analisi degli incentivi.....	17
8.1.1. Analisi degli incentivi per i servizi di investimento o accessori e per i prodotti finanziari.....	17
8.2. Classificazione e registro degli incentivi per i prodotti finanziari .....	20
8.3. Informativa alla clientela .....	21
8.4. Monitoraggio.....	21
8.5. Incentivi in relazione alla ricerca.....	22
9. Ruoli principali .....	23
Modalità di recepimento del documento.....	25

## 1. Modalità di gestione del documento

Società emittente:	ICCREA Banca
Titolo:	Politica di Gruppo in materia di gestione dei conflitti di interesse e incentivi nella prestazione di servizi di investimento e accessori e nella distribuzione di prodotti assicurativi
Identificazione del documento:	GBCI-POL-M05-03-R01
Tipologia documento:	Politica di Gruppo
Classificazione:	Privato di Gruppo (GBCI)
Owner di riferimento:	Area Chief Business Officer – UO Divisione Private & Wealth Management
Redattore:	Area Chief Business Officer – UO Divisione Private & Wealth Management
Validatore:	Area CBO Area Finanza
Verificatore:	Area CCO Area CRO Area CAMLO Comitato Rischi di Capogruppo
Approvatore:	Consiglio di Amministrazione della Capogruppo
Direttiva di riferimento:	IB Prot. ICR-OUT-000814-2019-DIR-I&C

### 1.1. Cronologia delle revisioni

Numero Versione	Data approvazione	Principali interventi di aggiornamento
1.0	CdA 13/09/2019	Prima versione del documento per il Gruppo Bancario Cooperativo

### 1.2. Emanazione e norme abrogate in Iccrea Banca

Emanato con:	OD 57/2019
Norme abrogate:	Politica di Gruppo in materia di governo e controllo dei prodotti assicurativi (emanata con OD 44/2018)

## 2. Oggetto

La "Markets in Financial Instruments Directive II" (di seguito "MiFID II") e la "Insurance Distribution Directive" (di seguito "IDD"), introducono nei mercati dell'Unione Europea, rispettivamente dal 3 gennaio e dal 1 ottobre 2018, le nuove regole per i mercati finanziari, la prestazione dei servizi di investimento e accessori e la distribuzione dei prodotti assicurativi.

Nelle attività di investimento e di distribuzione dei prodotti assicurativi, le Imprese di investimento e gli Intermediari assicurativi sono tenuti a definire ed attuare misure organizzative e procedurali per un'adeguata gestione dei conflitti di interesse e della remunerazione e piani di incentivazione al fine di evitare che gli stessi si ripercuotano negativamente sugli interessi dei clienti.

Quando le suddette misure organizzative non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che il rischio di nuocere agli interessi dei clienti sia evitato, le Imprese di investimento e gli Intermediari assicurativi informano chiaramente i clienti, prima di agire per loro conto ovvero prima della conclusione del contratto di assicurazione, della natura generale e/o delle fonti di tali conflitti di interesse e delle misure adottate per mitigare tali rischi.

Le Imprese di investimento e gli Intermediari assicurativi devono elaborare, attuare e mantenere una efficace politica aziendale di gestione dei conflitti di interesse e incentivi formulata per iscritto e adeguata alle dimensioni e all'organizzazione dell'Impresa e dell'Intermediario e alla natura, alle dimensioni e alla complessità dell'attività svolta. Qualora l'Impresa e l'Intermediario appartengano ad un Gruppo, detta politica tiene conto anche delle circostanze che potrebbero causare un conflitto di interesse risultante dalla struttura e dalle attività degli altri membri del Gruppo.

Le normative MiFID II e IDD dispongono che le Imprese di investimento e gli Intermediari assicurativi, nel valutare l'ottemperanza ai requisiti organizzativi, debbano fare specifico riferimento alla natura, alla dimensione, alla portata nonché alla complessità dell'attività svolta.

Le fattispecie di conflitti di interesse e incentivi prese in esame nel presente documento non contemplano quei casi che realizzano di per sé illeciti.

Lo scopo del documento è, pertanto, quello di definire i principi e le linee guida per la gestione dei conflitti di interesse e degli incentivi nella prestazione dei servizi di investimento e accessori nonché nella distribuzione dei prodotti assicurativi, in coerenza inoltre con le disposizioni in materia di anticiclaggio.

## 3. Ambito di applicabilità, approvazione ed aggiornamento

La presente Politica si applica alla Capogruppo, alle Società del perimetro Diretto e alle Banche Affiliate e alle Società del perimetro indiretto che prestano servizi di investimento e accessori o distribuiscono prodotti assicurativi (di seguito "Società in perimetro").

La Politica è approvata dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, previo parere favorevole del Comitato Rischi, ed è adottata dalle Società del Gruppo previa approvazione da parte del proprio Consiglio di Amministrazione.

Ogni modifica al Documento segue il medesimo iter approvativo.

## 4. Principali definizioni

- **Banca Affiliata:** le BCC/CRA aderenti al Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea e, pertanto, soggette all'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo in virtù del Contratto di Coesione con essa stipulato.
- **Capogruppo:** Iccrea Banca S.p.A. – Istituto Centrale del Credito Cooperativo.
- **Conflitto di interesse:** il conflitto di interesse consiste in una situazione, anche potenziale, di contrasto, che si manifesta tra gli interessi della Società in perimetro e quelli di un suo Cliente o tra gli interessi di diversi Clienti. In particolare, come criterio minimo per determinare i tipi di conflitti di interesse che possono insorgere al momento della fornitura di servizi di investimento e servizi accessori, o di una combinazione di essi, e la cui esistenza può ledere gli interessi di un cliente, le imprese di investimento considerano se l'impresa di investimento, un soggetto rilevante o una persona avente un legame di controllo, diretto o indiretto, con l'impresa si trovi in una delle seguenti situazioni, sia a seguito della prestazione di servizi di investimento o servizi accessori o dell'esercizio di attività di investimento, sia per altra ragione:
  - a) è probabile che l'impresa, il soggetto o la persona realizzino un guadagno finanziario o evitino una perdita finanziaria a spese del cliente;
  - b) l'impresa, il soggetto o la persona hanno nel risultato del servizio prestato al cliente o dell'operazione realizzata per suo conto un interesse distinto da quello del cliente;
  - c) l'impresa, il soggetto o la persona hanno un incentivo finanziario o di altra natura a privilegiare gli interessi di un altro cliente o gruppo di clienti rispetto a quelli del cliente interessato;
  - d) l'impresa, il soggetto o la persona svolgono la stessa attività del cliente;
  - e) l'impresa, il soggetto o la persona ricevono o riceveranno da una persona diversa dal cliente un incentivo in relazione con il servizio prestato al cliente, sotto forma di benefici monetari o non monetari o di servizi;
  - f) l'impresa, il soggetto o la persona partecipa alla gestione o allo sviluppo dei prodotti di investimento assicurativi, in modo tale da poter influenzare il prezzo di tali prodotti o i relativi costi di distribuzione.
- **Dipendenti:** sono considerati "dipendenti" i dirigenti, i funzionari e gli impiegati delle Società in perimetro.
- **Incentivo:** si intende qualsiasi onorario, commissione o beneficio non monetario pagato o percepito a o da qualsiasi soggetto diverso dal cliente o da una persona che agisca per conto di questi in relazione alla prestazione di un servizio di investimento o accessorio nonché in relazione alla distribuzione di un prodotto di investimento assicurativo.
- **Intermediario assicurativo:** qualsiasi persona fisica o giuridica, diversa da un'impresa di assicurazione o riassicurazione o da un dipendente della stessa e diversa da un intermediario assicurativo a titolo accessorio, che avvii o svolga a titolo oneroso l'attività di distribuzione assicurativa.
- **Impresa di investimento:** qualsiasi persona giuridica la cui occupazione o attività abituale consiste nel prestare uno o più servizi di investimento a terzi e/o nell'effettuare una o più attività di investimento a titolo professionale.
- **Prodotto Assicurativo:** tutti i contratti emessi da imprese di assicurazione nell'esercizio delle attività rientranti nei rami vita o nei rami danni. In generale ci si riferisce a:
  - a) prodotti assicurativi danni: i prodotti emessi da imprese di assicurazione nell'esercizio delle attività rientranti nei rami danni definiti dall'articolo 2, comma 3 del Codice delle Assicurazioni Private;
  - b) prodotti assicurativi vita diversi dai prodotti d'investimento assicurativi: i prodotti emessi da imprese di assicurazione nell'esercizio delle attività rientranti nei rami vita definiti dall'articolo 2, comma 1, del Codice delle Assicurazioni Private, qualora le prestazioni siano dovute soltanto in caso di decesso o per incapacità dovuta a lesione, malattia o infermità;

- c) prodotti di investimento assicurativo "c.d. IBIPs": un prodotto assicurativo che presenta una scadenza o un valore di riscatto e in cui tale scadenza o valore di riscatto è esposto in tutto o in parte, in modo diretto o indiretto, alle fluttuazioni di mercato.
- **Prodotto Finanziario:** si definisce prodotto finanziario lo strumento finanziario e ogni altra forma di investimento di natura finanziaria offerto dalla Società in perimetro. Si precisa che nella presente Politica nei "Prodotti finanziari" sono ricompresi anche i prodotti di investimento assicurativi.
  - **Registro sui conflitti di interesse:** registro in cui sono annotate le circostanze in cui il conflitto di interesse si concretizza, le situazioni nelle quali sia sorto, o, nel caso di un servizio o di un'attività in corso, possa sorgere un conflitto di interessi che rischia di ledere gravemente gli interessi di uno o più clienti.
  - **Remunerazioni:** nella distribuzione di prodotti assicurativi si intende qualsiasi forma di remunerazione fissa o variabile consistente in una o più delle seguenti casistiche corrisposta al distributore in qualsiasi momento:
    - a) onorario, ossia il compenso corrisposto direttamente dal cliente;
    - b) commissione di qualsiasi natura, ossia il compenso incluso nel premio assicurativo;
    - c) altri tipi di compensi, compresi i benefici economici di qualsiasi tipo offerti o ricevuti in virtù dell'intermediazione effettuata;
    - d) combinazione tra qualsiasi tipo di compenso di cui ai punti precedenti.
  - **Schema di incentivazione:** un insieme di norme che disciplinano il pagamento degli incentivi, incluse le condizioni secondo le quali gli incentivi vengono corrisposti.
  - **Società in perimetro o Società:** la Capogruppo, le Società del Perimetro Diretto, Società del Perimetro Indiretto e le Banche Affiliate che prestano servizi di investimento e accessori o distribuiscono prodotti assicurativi.
  - **Società del Perimetro Diretto:** le società controllate dalla Capogruppo, anche indirettamente, in virtù di un rapporto partecipativo, ai sensi dei punti 1 e 2 dell'art. 2359 del codice civile.
  - **Società del Perimetro Indiretto:** le società controllate dalla Capogruppo per il tramite di una o più Banche Affiliate, anche in virtù di un rapporto partecipativo, sulle quali la stessa intende esercitare, anche indirettamente, le proprie attività di direzione, coordinamento e controllo.
  - **Soggetto Rilevante:** i soggetti rilevanti possono essere:
    - a) componenti degli organi aziendali, i soci che in funzione dell'entità della partecipazione detenuta possono trovarsi in una situazione di conflitto di interessi, i dirigenti;
    - b) consulenti finanziari/collaboratori abilitati all'offerta fuori sede, dipendenti, nonché ogni altra persona fisica i cui servizi siano a disposizione e sotto il controllo delle Società in perimetro, che partecipino alla prestazione di servizi di investimento, all'esercizio di attività di investimento da parte della stessa nonché alla distribuzione di prodotti di investimento assicurativi;
    - c) persone fisiche che partecipino direttamente alla prestazione di servizi alle Società in perimetro sulla base di un accordo di esternalizzazione avente per oggetto la prestazione di servizi di investimento, l'esercizio di attività di investimento da parte della stessa nonché la distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi.

## 5. Principali riferimenti normativi

### 5.1. Principali riferimenti normativi esterni

- Direttiva (UE) 2016/97 (c.d. Direttiva IDD) del Parlamento Europeo e del Consiglio Europeo del 20 gennaio 2016 in materia di distribuzione assicurativa;
- Direttiva 2014/65/UE (MIFID II) del Parlamento Europeo e del Consiglio del 15 maggio 2014 relativa ai mercati degli strumenti finanziari e che modifica la direttiva 2002/92/CE e la direttiva 2011/61/UE;
- Regolamento delegato (UE) 2017/2358 della Commissione del 21 settembre 2017, che integra la Direttiva “IDD” per quanto riguarda i requisiti in materia di governo e controllo del prodotto per le imprese di assicurazione e i distributori di Prodotti Assicurativi;
- Regolamento Delegato (UE) 2017/2359 della Commissione del 21 settembre 2017 che integra la Direttiva IDD per quanto riguarda gli obblighi di informazione e le norme di comportamento applicabili alla distribuzione di Prodotti di Investimento Assicurativi;
- Direttiva delegata UE 2017/593 della Commissione del 7 aprile 2016 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;
- Regolamento Delegato UE 2017/565 della Commissione del 25 aprile 2016 che integra la direttiva 2014/65/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i requisiti organizzativi e le condizioni di esercizio dell'attività delle imprese di investimento e le definizioni di taluni termini ai fini di detta direttiva;
- Decreto Legislativo n. 58 del 24 febbraio 1998, Testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, ai sensi degli articoli 8 e 21 della legge 6 febbraio 1996, n. 52;
- Decreto Legislativo n. 209 del 7 settembre 2005, “Codice delle Assicurazioni Private” Regolamento Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018 recante norme di attuazione del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 in materia di intermediari;
- Regolamento IVASS n. 40 del 2 agosto 2018, recante disposizioni in materia di distribuzione assicurativa e riassicurativa di cui al Titolo IX (Disposizioni Generali in materia di distribuzione) del decreto Legislativo 7 settembre 2005, n. 209 – Codice delle Assicurazioni Private;
- Regolamento IVASS n. 41 del 2 agosto 2018 recante disposizioni in materia di informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi ai sensi del Decreto Legislativo 7 settembre 2005, n. 209 – Codice delle Assicurazioni Private.

### 5.2. Principali riferimenti normativi interni

- Contratto di Coesione (stipulato tra Capogruppo e Banche Affiliate ai sensi dell'articolo 37-bis, comma 1, del decreto legislativo 1° settembre 1993 n. 385 e della circolare della Banca d'Italia n. 285 del 17 dicembre 2013 e successivi aggiornamenti);
- Regolamento del Gruppo Iccrea;
- Politica di Gruppo in materia di gestione e formazione del personale coinvolto nella distribuzione di prodotti assicurativi;
- Normativa in materia di antiriciclaggio.

## 6. Disposizioni di carattere generale

L'obiettivo della presente Politica è quello di disciplinare le attività e le modalità di individuazione e gestione delle situazioni di conflitto di interesse che possono coinvolgere le Società in perimetro nella prestazione dei servizi di investimento e accessori, nonché nella distribuzione assicurativa.

Le Società in perimetro gestiscono i conflitti di interesse e attuano misure di prevenzione adottando regole di comportamento verso i propri clienti. A tal fine, nell'ambito della presente politica, le Società in perimetro definiscono i principi per individuare, prevenire o gestire i conflitti di interesse che possono sorgere tra le Società stesse, il personale dipendente, i Produttori ed i clienti oppure tra due clienti nell'offerta e nella prestazione dei servizi di investimento e/o accessori e di distribuzione assicurativa.

Ai fini della valutazione di quanto sopra, le Società in perimetro considerano come criteri minimali, le seguenti fattispecie:

- possibilità di realizzare un guadagno finanziario o evitare una perdita finanziaria, a spese del cliente;
- essere portatori di un interesse nel risultato del servizio prestato al cliente o dell'operazione realizzata per suo conto, distinto da quello del cliente medesimo;
- esistenza di incentivo finanziario o di altra natura volto a privilegiare gli interessi di un altro cliente o di un altro gruppo di clienti, rispetto agli interessi del cliente interessato;
- svolgere la medesima attività del cliente;
- ricevere o poter ricevere da una persona diversa dal cliente, in relazione con il servizio prestato al cliente, un incentivo sotto forma di beneficio monetario o non monetario o di servizi, diverso dalle commissioni o dalle competenze normalmente percepite per tale servizio;
- partecipare alla gestione o allo sviluppo dei prodotti di investimento assicurativi, in modo tale da poter influenzare il prezzo di tali prodotti o i relativi costi di distribuzione.

Inoltre, la presente politica definisce le linee guida in materia di incentivi che le Società in perimetro adottano al fine di attuare adeguate procedure interne tenendo conto degli interessi di tutti i clienti, con l'intento di assicurare che gli stessi siano trattati in modo equo e che i loro interessi non siano danneggiati dalle pratiche retributive adottate nel breve, medio o lungo periodo, in coerenza con le linee guida fornite in materia di remunerazioni e incentivazione.

## 7. Gestione dei conflitti di interesse

Le Società in perimetro devono elaborare, attuare e mantenere una efficace politica aziendale di gestione dei conflitti di interesse formulata per iscritto e adeguata alle dimensioni e all'organizzazione della Società e alla natura, alle dimensioni e alla complessità dell'attività svolta. La politica tiene, altresì, conto delle circostanze che potrebbero causare un conflitto di interesse risultante dalla struttura e dalle attività delle altre Società del Gruppo.

Nel dettaglio, sulla base delle linee guida definite dalla Funzione Wealth Management di Capogruppo, la gestione dei conflitti d'interesse si articola in:

1. individuazione delle tipologie di conflitti d'interesse;
2. gestione dei conflitti di interesse attraverso l'adozione di adeguate misure per la mitigazione degli stessi;
3. predisposizione dell'informativa alla clientela sui conflitti d'interesse, con particolare riferimento ad una sintesi della presente politica nonché alle specifiche casistiche di conflitto applicabili alla singola operazione che non risultano efficacemente gestiti;
4. tenuta del Registro dei conflitti d'interesse.

### 7.1. Individuazione delle tipologie dei conflitti di interesse

Le Società in perimetro adottano ogni ragionevole misura per identificare i conflitti che potrebbero insorgere al momento della prestazione di qualunque servizio e attività di investimento o di una combinazione di tali servizi, nonché di distribuzione di prodotti assicurativi.

Ai fini della rilevazione dei conflitti di interesse potenziali, le Società in perimetro identificano e mappano tutte le circostanze in cui le stesse Società potrebbero perseguire finalità diverse e contrastanti con gli interessi dei clienti, in coerenza con le principali fattispecie di conflitto di interesse individuate dalla Funzione Wealth Management di Capogruppo.

Le risultanze delle attività di identificazione e mappatura, con particolare riferimento alle fattispecie generatrici di potenziale conflitto d'interesse, sono opportunamente formalizzate e regolarmente aggiornate da parte delle Società in perimetro, nonché approvate dal proprio Consiglio di Amministrazione previa valutazione della propria Funzione Compliance.

Nella individuazione della sussistenza di un determinato conflitto di interesse, sono considerati i seguenti requisiti, ritenuti essenziali al fine della corretta classificazione dello stesso:

- il carattere potenziale del conflitto, che deve pertanto essere apprezzabile ex ante;
- l'esistenza di una possibile subordinazione dell'interesse del cliente rispetto al proprio interesse e/o a quello di un altro cliente;
- la sussistenza di una finalità, diversa e ulteriore rispetto a quella propria dell'operazione posta in essere, perseguita dalle Società in perimetro al fine di trarne una propria utilità.

Ai fini della corretta e completa mappatura dei conflitti di interesse, le Società in perimetro valutano se le stesse, un soggetto rilevante o una persona avente un legame di controllo, diretto o indiretto, con l'impresa, possano trovarsi in una delle situazioni di seguito illustrate:

- a) possibilità di realizzare un guadagno finanziario o evitare una perdita finanziaria, a spese del cliente;
- b) essere portatori di un interesse nel risultato del servizio prestato al cliente o dell'operazione realizzata per suo conto, distinto da quello del cliente medesimo;
- c) esistenza di incentivo finanziario o di altra natura volto a privilegiare gli interessi di un altro cliente o di un altro gruppo di clienti, rispetto agli interessi del cliente interessato;

- d) svolgere la medesima attività del cliente;
- e) ricevere o poter ricevere da una persona diversa dal cliente, in relazione con il servizio prestato al cliente, un incentivo sotto forma di beneficio monetario o non monetario o di servizi, diverso dalle commissioni o dalle competenze normalmente percepite per tale servizio;
- f) partecipare alla gestione o allo sviluppo dei prodotti di investimento assicurativi, in modo tale da poter influenzare il prezzo di tali prodotti o i relativi costi di distribuzione.

Le Società in perimetro individuano nell'ambito della presente Politica, quali soggetti rilevanti le seguenti figure:

- a) i soci che in funzione dell'entità della partecipazione detenuta possono trovarsi in una situazione di conflitto di interessi (ad eccezione delle Banche Affiliate);
- b) i componenti del Consiglio di Amministrazione;
- c) i componenti del Collegio Sindacale;
- d) i componenti della Direzione Generale;
- e) i dipendenti che sono nominativamente autorizzati dal Consiglio di Amministrazione e dalla Direzione Generale alla prestazione delle attività e dei servizi di investimento ed accessori;
- f) i dipendenti che sono nominativamente autorizzati dal Consiglio di Amministrazione e dalla Direzione Generale per lo svolgimento delle attività di distribuzione di prodotti assicurativi, sia all'interno che all'esterno dei locali delle Società in perimetro.

Ai fini della distribuzione dei prodotti assicurativi, si evidenzia che le Società del perimetro non devono assumere, direttamente o indirettamente, anche tramite rapporti di gruppo o rapporti di affari, propri o di società del gruppo, la contemporanea qualifica di beneficiario o di vincolatario delle prestazioni assicurative e quella di distributore del relativo contratto in forma individuale o collettiva.

Tale obbligo di astensione non opera in relazione ai prodotti assicurativi dei rami danni connessi a operazioni di leasing, salvo in ogni caso il rispetto dei principi generali in materia di conflitti di interesse.

Le Società in perimetro individuano i possibili conflitti che sorgono nello svolgimento della propria attività attraverso l'analisi congiunta dei seguenti parametri:

- a) tipologia di servizio prestato;
- b) tipologia di strumento finanziario e prodotto assicurativo oggetto del servizio o di attività distributiva;
- c) funzione cui è attribuito il compito di erogare il servizio di investimento oggetto di analisi e/ o di distribuzione dei prodotti assicurativi, secondo quanto previsto dalla normativa interna;
- d) modalità operative di erogazione del servizio di investimento e di distribuzione dei prodotti assicurativi;
- e) legami retributivi, nel rispetto di quanto definito nell'ambito delle "Politiche di remunerazione e incentivazione" tempo per tempo vigenti.

Una volta individuate le fattispecie di potenziale conflitto, le Società in perimetro definiscono le misure di prevenzione e di gestione da adottare, ne valutano l'adeguatezza e individuano gli interventi correttivi da porre in essere nonché le eventuali necessità di informativa nei confronti della clientela.

È cura delle Società in perimetro aggiornare nel continuo la mappatura dei conflitti d'interesse sulla base delle attività effettivamente svolte.

Nell'ambito della presente Politica sono considerati:

- "Servizi e attività di investimento":
  - a) Ricezione e trasmissione di ordini;

- b) Esecuzione di ordini per conto dei clienti;
  - c) Negoziazione per conto proprio;
  - d) Collocamento senza impegno irrevocabile;
  - e) Assunzione a fermo e/o collocamento sulla base di un impegno irrevocabile;
  - f) Gestione di portafogli;
  - g) Consulenza in materia di investimenti.
- “Servizi accessori”:
    - a) custodia e amministrazione di strumenti finanziari per conto dei clienti, inclusi la custodia e i servizi connessi come la gestione di contante/garanzie reali ed esclusa la funzione di gestione dei conti titoli al livello più elevato;
    - b) concessione di crediti o prestiti agli investitori per consentire loro di effettuare una transazione relativa a uno o più strumenti finanziari, nella quale interviene l’impresa che concede il credito o il prestito;
    - c) consulenza alle imprese in materia di struttura del capitale, di strategia industriale e di questioni connesse nonché consulenza e servizi concernenti le concentrazioni e l’acquisto di imprese;
    - d) servizio di cambio quando tale servizio è collegato alla prestazione di servizi di investimento;
    - e) ricerca in materia di investimenti e analisi finanziaria o altre forme di raccomandazione generale riguardanti le operazioni relative a strumenti finanziari;
    - f) servizi connessi con l’assunzione a fermo;
    - g) servizi e attività di investimento, nonché servizi accessori del tipo di cui alle sezioni A o B dell’allegato 1 della Direttiva 2014/65/UE (MiFID II), collegati agli strumenti derivati di cui alla sezione C, punti 5), 6), 7) e 10) della medesima direttiva, se legati alla prestazione di servizi di investimento o accessori;
  - “Distribuzione dei prodotti assicurativi”: consistente in una delle seguenti attività:
    - a) nel proporre prodotti assicurativi e riassicurativi;
    - b) nel prestare assistenza e consulenza;
    - c) nel compiere altri atti preparatori relativi alla conclusione dei relativi contratti o nella conclusione dei contratti di assicurazione;
    - d) nella collaborazione alla gestione o all’esecuzione, segnatamente in caso di sinistri, dei contratti stipulati, ivi inclusa la fornitura, tramite un sito internet o altri mezzi, di informazioni, relativamente a uno o più contratti di assicurazione, anche confrontati o ordinati, sulla base di criteri eventualmente scelti dal cliente, in termini di premi ed eventuali sconti applicati o di ulteriori caratteristiche del contratto, se il cliente è in grado di concludere direttamente o indirettamente lo stesso.

Con specifico riguardo ai servizi di investimento e accessori, le Società in perimetro, inoltre, valutano il verificarsi di potenziali conflitti di interesse ogni qualvolta i servizi di investimento e accessori, erogati a favore della clientela, si riferiscano a prodotti finanziari di propria emissione, ovvero emessi da soggetti nei confronti dei quali la Società in perimetro presenta interessi di diversa natura.

Tale fattispecie comprende le emissioni di prodotti finanziari:

- delle Società facenti parte del Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea;
- delle Imprese affidate, purché l’affidamento loro concesso risulti rilevante;
- di fornitori strategici delle Società in perimetro;

- delle imprese cui sono prestati i servizi di consulenza in materia di finanza strutturata ed assistenza all'emissione ed al collocamento;
- di società in cui la Società in perimetro detiene partecipazioni o ha interesse a sviluppare altri rapporti d'affari;
- delle società con cui la Società in perimetro ha accordi, diretti o indiretti, di collocamento/distribuzione;
- collocate sulla base di un impegno irrevocabile.

Inoltre, sono prese in considerazione le seguenti fattispecie:

- esistenza di rapporti partecipativi della Società in perimetro nelle sedi di esecuzione di cui alla propria Politica di esecuzione e trasmissione degli ordini;
- esistenza di posizioni su strumenti finanziari per i quali la Società in perimetro svolge il ruolo di Market Maker nei portafogli di proprietà della stessa Società;
- assunzione, da parte della Società in perimetro, di diversi ruoli contemporaneamente a fronte della prestazione di uno o più servizi di investimento e/o accessori.

Le Società in perimetro svolgono la prestazione dei servizi di investimento e accessori nonché l'attività di distribuzione di prodotti assicurativi con l'obiettivo di non ricevere e di non offrire un compenso al personale dipendente e/o ai collaboratori e di non valutarne le prestazioni in modo contrario al loro dovere di agire nel migliore interesse dei clienti.

In particolare, con specifico riferimento alla distribuzione dei prodotti assicurativi, le Società in perimetro non adottano disposizioni in materia di compenso, obiettivi di vendita o d'altro tipo che potrebbero incentivare se stesse, il personale dipendente e/o i collaboratori a raccomandare ai clienti un particolare prodotto assicurativo, nel caso in cui un prodotto assicurativo differente risponda meglio alle esigenze del cliente.

## 7.2. Misure adottate per la gestione dei conflitti di interesse

### 7.2.1. Servizi di investimento, servizi accessori e distribuzione di prodotti di investimento assicurativi

Al fine di individuare le più appropriate azioni da intraprendere per gestire i conflitti di interesse rilevati in corrispondenza dei servizi di investimento e/o servizi accessori erogati nonché dell'attività di distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi, le Società in perimetro considerano la rilevanza del rischio che gli interessi del cliente siano danneggiati.

Le Società in perimetro adottano adeguate misure di gestione applicate per la clientela al dettaglio, per la clientela professionale, per le controparti qualificate.

Pertanto, le soluzioni organizzative individuate sono volte a garantire che i soggetti rilevanti, impegnati in attività in conflitto, svolgano dette attività con un grado di indipendenza adeguato rispetto alle dimensioni ed alla rilevanza del rischio che gli interessi del cliente siano danneggiati.

La Funzione Wealth Management di Capogruppo individua le possibili misure di gestione dei conflitti di interesse le quali possono essere ricondotte alle seguenti fattispecie:

- a) adozione di un Codice Etico, volto a ispirare, regolare e controllare preventivamente i comportamenti che i dipendenti sono tenuti a rispettare nello svolgimento dei propri incarichi;
- b) adozione di una Politica in materia di gestione dei conflitti di interesse che disciplina i principi e le regole diretti a individuare, valutare, gestire, mitigare o prevenire le situazioni che coinvolgono gli interessi di taluni soggetti vicini ai centri decisionali delle Società del Gruppo, affinché la loro eventuale presenza non pregiudichi l'imparzialità e l'oggettività della generale operatività del Gruppo, con possibili distorsioni del processo di

- allocazione delle risorse, esposizione del Gruppo a rischi non adeguatamente misurati o presidiati e potenziali danni per clienti e azionisti;
- c) soluzioni organizzative volte ad impedire o controllare lo scambio di informazioni tra i soggetti rilevanti impegnati in attività che comportano un rischio di conflitto di interesse, quando lo scambio di tali informazioni può ledere gli interessi di uno o più clienti;
  - d) soluzioni organizzative volte a garantire una vigilanza separata dei soggetti rilevanti, le cui principali funzioni implicano l'esercizio di attività per conto di clienti o la prestazione di servizi / distribuzione di prodotti di investimento assicurativi a clienti con interessi in potenziale conflitto, o che rappresentano in altro modo interessi diversi in potenziale conflitto, ivi compresi quelli della Società in perimetro;
  - e) procedure organizzative, informatiche e istruzioni operative per assicurare il corretto svolgimento dei servizi di investimento ovvero la corretta distribuzione di prodotti di investimento assicurativi, nel rispetto dell'interesse del cliente. Tali procedure, in particolare, disciplinano le modalità di offerta dei servizi di investimento e/o della distribuzione dei prodotti di investimento assicurativi (ad esempio valutazione di adeguatezza bloccante in presenza di conflitti di interesse) e la gestione del rapporto con il cliente;
  - f) procedure per la gestione delle informazioni privilegiate al fine di evitare comportamenti illeciti, in linea con la vigente normativa in tema di abusi di mercato;
  - g) procedure per l'esecuzione degli ordini che garantiscono al cliente il rispetto di precise regole, vietando ogni discrezionalità nella fase di esecuzione delle disposizioni impartite dallo stesso. La materia è oggetto di specifica trattazione nella documentazione interna in materia di strategia di esecuzione e trasmissione degli ordini;
  - h) un'apposita normativa interna che regola le operazioni effettuate su prodotti finanziari a titolo personale da parte dei soggetti rilevanti improntata al rispetto dei principi di correttezza (c.d. normativa interna in materia di Operazioni Personali);
  - i) soluzioni volte alla eliminazione di ogni legame diretto tra la retribuzione dei soggetti rilevanti che svolgono prevalentemente una certa attività e quella di altri soggetti rilevanti che esercitano prevalentemente un'altra attività, nel caso in cui possa sorgere un conflitto tra le suddette;
  - j) misure volte ad eliminare o limitare l'esercizio di influenze indebite sul modo in cui la Società, o i soggetti rilevanti che vi operano, o chiunque sia da loro controllato, direttamente o indirettamente, svolge un servizio di investimento, servizio accessorio o l'attività di distribuzione dei prodotti assicurativi di investimento;
  - k) misure volte ad impedire o controllare la partecipazione simultanea o consecutiva di un soggetto rilevante a servizi distinti o attività di distribuzione di prodotti assicurativi di investimento distinte, quando ciò possa nuocere alla gestione corretta dei conflitti di interesse;
  - l) limitatamente ai prodotti di investimento assicurativi, una politica sugli omaggi e sui benefici che stabilisca chiaramente in quali condizioni gli omaggi e i benefici possono essere accettati o concessi e quali misure devono essere adottate quando li si accettano o li si concedono.

Pertanto, le principali misure di gestione dei conflitti di interesse si sintetizzano come segue in:

- l'adozione di un efficace modello operativo;
- una chiara e trasparente definizione dei compiti e delle responsabilità;
- l'adozione di procedure interne e punti di controllo;
- la disposizione di mirate regole di condotta.

Le Società in perimetro identificano e documentano le misure di gestione che intendono intraprendere al fine di limitare il rischio associato ad azioni in conflitto con gli interessi della clientela. Le Società in perimetro, nell'individuazione delle

modalità di gestione dei conflitti di interesse, tengono conto che l'eccessivo ricorso alla comunicazione dei conflitti di interesse (di cui al paragrafo 7.3) è considerato una carenza della politica sui conflitti di interesse.

### **7.2.2. Distribuzione dei prodotti assicurativi ramo danni e vita diversi dai prodotti di investimento assicurativi**

Coerentemente con la prestazione dei servizi di investimento, servizi accessori e con la distribuzione dei prodotti di investimento assicurativo, le Società in perimetro, nella distribuzione dei prodotti assicurativi diversi dai prodotti di investimento assicurativi, operano con equità, onestà, professionalità, correttezza e trasparenza nel miglior interesse dei contraenti/ clienti.

A tal fine, le Società in perimetro definiscono ed attuano presidi organizzativi e amministrativi, proporzionati alle attività svolte e ai prodotti assicurativi distribuiti e al tipo di distributore, per evitare che i conflitti di interesse possano incidere negativamente sugli interessi dei contraenti.

Nello specifico, le Società in perimetro adottano misure idonee ad identificare i conflitti di interesse che potrebbero insorgere tra loro, inclusi i dirigenti e i dipendenti, o qualsiasi persona direttamente o indirettamente controllata, e i loro contraenti o tra due contraenti nella distribuzione dei prodotti assicurativi. Qualora i suddetti presidi non siano sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di nuocere agli interessi del contraente, le Società in perimetro informano chiaramente il contraente stesso, in tempo utile e prima della conclusione di un contratto di assicurazione, della natura o della fonte di tale conflitto di interesse in conformità con quanto previsto dalla normativa vigente.

### **7.3. Informativa alla clientela sui conflitti di interesse**

Le Società in perimetro forniscono ai propri clienti una sintesi della politica di gestione dei conflitti di interesse contenente una descrizione generica dei potenziali conflitti, nonché maggiori dettagli ove ne facciano apposita richiesta.

In relazione alla distribuzione dei prodotti assicurativi, le Società in perimetro forniscono l'informativa relativa ai potenziali conflitti di interesse, all'interno del documento "Informazioni da rendere al contraente prima della sottoscrizione della proposta o, qualora non prevista, della conclusione del contratto" redatto in conformità con l'Allegato 4 del Regolamento IVASS n.40 del 2018.

Inoltre, le Società in perimetro sia in caso di erogazione di servizi di investimento e accessori, sia in caso di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi, provvedono a comunicare chiaramente alla clientela, prima di agire per loro conto ovvero prima di concludere il contratto assicurativo, i casi in cui le disposizioni organizzative e amministrative adottate per prevenire o gestire il conflitto di interesse non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi del cliente.

Al fine di fornire la comunicazione puntuale sui conflitti di interesse che non risultano efficacemente gestiti, le Società in perimetro alimentano il registro dei conflitti di interesse (di cui al Paragrafo 7.4 "Registro dei conflitti d'interesse").

La comunicazione comprende una descrizione specifica dei conflitti di interesse che insorgono sia in caso di prestazione di servizi di investimento e accessori sia in caso di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi, tenendo in considerazione la natura del cliente al quale è diretta la comunicazione. La descrizione spiega in modo sufficientemente dettagliato la natura generale e le fonti dei conflitti di interesse, nonché i rischi che si generano per il cliente in conseguenza dei conflitti di interesse e le azioni intraprese per attenuarli, in modo tale da consentire al cliente di prendere una decisione informata in relazione al servizio di investimento o al servizio accessorio nel cui contesto insorgono i conflitti di interesse. La comunicazione deve, inoltre, indicare chiaramente che le disposizioni organizzative e amministrative adottate per prevenire o gestire il conflitto di interesse non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il

rischio di ledere gli interessi del cliente. La comunicazione di dettaglio sui conflitti di interesse non costituisce una autorizzazione a procedere bensì una comunicazione preventiva di cui il cliente deve tenere conto per assumere decisioni consapevoli di investimento.

Con specifico riguardo alla distribuzione dei prodotti assicurativi, le Società in perimetro, prima della conclusione del contratto di assicurazione, comunicano al contraente almeno le seguenti informazioni nelle modalità previste dalla normativa vigente:

- se detiene una partecipazione diretta o indiretta pari o superiore al 10 per cento del capitale sociale o dei diritti di voto di una determinata impresa di assicurazione;
- se una determinata impresa di assicurazione, o l'impresa controllante di una determinata impresa di assicurazione, detiene una partecipazione diretta o indiretta pari o superiore al 10 per cento del capitale sociale o dei diritti di voto dell'intermediario assicurativo;
- se fornisce consulenze fondate su una analisi imparziale e personale;
- se distribuisce determinati prodotti sulla base di un obbligo contrattuale che la vincoli in modo esclusivo con una o più imprese di assicurazione; in tal caso l'intermediario comunica al contraente la denominazione di tali imprese;
- se distribuisce determinati prodotti in assenza di obblighi contrattuali con imprese di assicurazione e non fornisce una consulenza basata su una analisi imparziale e personale; in tal caso comunica la denominazione delle imprese di assicurazione con le quali ha o potrebbe avere rapporti d'affari;
- ogni altra informazione utile a garantire il rispetto delle regole di trasparenza.

Le disposizioni relative all'informativa da rendere alla clientela non trovano applicazione nel caso in cui le Società del perimetro operino nei grandi rischi, come definiti dal Codice delle Assicurazioni Privati.

#### **7.4. Registro dei conflitti di interesse**

Per i prodotti finanziari, il registro dei conflitti di interesse tiene traccia di tutti i conflitti di interesse che possono sorgere o che sono sorti in relazione alla prestazione di un servizio di investimento e/ o di un servizio accessorio, delle singole operazioni in concreto verificatesi nonché in relazione alla distribuzione assicurativa degli stessi prodotti. Le Società in perimetro mantengono il registro rilevando, su base continuativa, le singole fattispecie di conflitto di interesse:

- che in concreto sorgono nel corso dell'erogazione dei determinati servizi di investimento o nella distribuzione di prodotti finanziari;
- per le quali si ravvede la necessità di dare informativa alla clientela.

Nel registro sono riportati i tipi di servizi di investimento svolti dalle Società in perimetro nonché l'attività distribuzione di prodotti finanziari per i quali sia sorto, o, nel caso di un servizio o di un'attività in corso, possa sorgere un conflitto di interesse che rischia di ledere gravemente gli interessi di uno o più clienti. A titolo esemplificativo e non esaustivo, per la gestione del registro dei conflitti di interesse, le Società in perimetro registrano le seguenti informazioni:

1. Servizi di investimento e distribuzione di prodotti finanziari in potenziale conflitto;
2. Descrizione del potenziale conflitto di interesse;
3. Descrizione della fattispecie di conflitto di interesse;
4. Descrizione della modalità di gestione dei conflitti di interesse;
5. Indicazione dell'inefficacia della modalità di gestione;
6. Descrizione dell'inefficacia delle misure di gestione;
7. Indicazione della necessità di dare disclosure del conflitto alla clientela;

8. Ente emittente.

Il registro in oggetto costituisce l'archivio storico di tutti i conflitti di interesse, connessi all'erogazione dei singoli servizi di investimento e all'attività di distribuzione di prodotti finanziari, emersi a partire dalla sua istituzione e alimenta l'informativa di dettaglio che viene fornita alla clientela quando si ritiene che le disposizioni organizzative e amministrative adottate dalle Società in perimetro al fine di prevenire o gestire i conflitti di interesse non sono sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi del cliente.

La corretta amministrazione e gestione del registro dei conflitti presuppone efficaci procedure di comunicazione tra la funzione aziendale che ha il compito di amministrare il registro e le unità organizzative aziendali preposte all'erogazione dei servizi, o in possesso di informazioni privilegiate, che potrebbero dare luogo a situazioni di conflitto lesive degli interessi dei clienti, affinché possa essere aggiornato con tempestività.

Inoltre, la funzione responsabile della tenuta del registro sottopone al Consiglio di Amministrazione delle Società in perimetro, con cadenza almeno annuale, una relazione scritta sui conflitti di interessi che sono sorti e/o che possono sorgere.

Le Società in perimetro valutano e riesaminano periodicamente, almeno una volta all'anno, la politica sui conflitti di interesse e adottano misure adeguate per rimediare a eventuali carenze, in coerenza con quanto definito all'interno della presente Politica.

## 8. Gestione degli incentivi

Le Società in perimetro adottano, applicano e mantengono adeguate procedure operative e di controllo che garantiscano il rispetto della disciplina in tema di incentivi, sulla base delle linee guida definite dalla Funzione Wealth Management di Capogruppo. Nell'ambito della definizione delle linee guida, la Funzione Wealth Management propone, ove necessario, modifiche organizzative e procedurali volte ad assicurare un'adeguata mitigazione del rischio di non conformità.

Le Società in perimetro identificano tutti gli incentivi che ricevono / pagano nell'ambito della prestazione di ciascun servizio di investimento e accessorio, nonché nella distribuzione di prodotti di investimento assicurativi e individuano le modalità per garantirne l'ammissibilità.

L'identificazione, classificazione e gestione degli incentivi si articola nelle seguenti fasi:

1. analisi dell'ammissibilità degli incentivi previsti negli accordi commerciali sulla base delle regole e dei criteri contenuti nella presente politica;
2. classificazione degli incentivi ricevuti e/o pagati e registrazione degli stessi;
3. informativa alla clientela in merito all'esistenza, la natura, l'importo o il metodo di calcolo degli incentivi ricevuti e/o pagati;
4. monitoraggio degli incentivi attraverso il presidio sistematico del processo di rilevazione e gestione degli stessi incentivi.

### 8.1. Analisi degli incentivi

#### 8.1.1. Analisi degli incentivi per i servizi di investimento o accessori e per i prodotti finanziari

Le Società in perimetro, con il supporto della Funzione Marketing di Capogruppo, svolgono l'analisi degli incentivi in sede di definizione degli accordi commerciali, applicando le regole e i criteri di seguito illustrati.

In relazione alla prestazione di un servizio di investimento e/o accessorio, nonché nella distribuzione di prodotti finanziari è considerato incentivo qualsiasi onorario, commissione o beneficio non monetario percepito o pagato. Inoltre, con riferimento ai soli prodotti assicurativi, è considerato "schema di incentivazione" un insieme di norme che disciplinano il pagamento degli incentivi, incluse le condizioni secondo le quali gli incentivi vengono corrisposti.

Gli incentivi sono considerati ammissibili qualora siano pagati o percepiti a o da un soggetto terzo, diverso dal cliente o da una persona che agisca per conto di questi, che soddisfano i seguenti requisiti:

- a) abbiano lo scopo di accrescere la qualità del servizio fornito al cliente, e
- b) non pregiudichino il rispetto del dovere della Società di agire in modo onesto, equo e professionale nel migliore interesse del cliente.

Inoltre, sono considerati ammissibili i pagamenti o benefici che consentono la prestazione dei servizi di investimento e accessori o sono necessari a tal fine, come ad esempio i costi di custodia, le competenze di regolamento e cambio, i prelievi obbligatori o le competenze legali e che, per loro natura, non possono entrare in conflitto con il dovere delle Società in perimetro di agire in modo onesto, equo e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti.

Onorari, commissioni o benefici non monetari sono considerati come concepiti per migliorare la qualità del servizio prestato al cliente qualora siano soddisfatte tutte le seguenti condizioni definite dalla Funzione Wealth Management di Capogruppo:

- a) fornitura di un servizio aggiuntivo o di livello superiore per il relativo cliente, proporzionale al livello di incentivi ricevuti, come:

- i. la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti e accesso a una vasta gamma di strumenti finanziari adeguati, tra cui un numero appropriato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno stretti legami con la Società stessa;
  - ii. la prestazione di consulenza non indipendente in materia di investimenti in combinazione o con l'offerta al cliente, almeno su base annuale, di valutare il persistere dell'adeguatezza degli strumenti finanziari in cui il cliente ha investito, o con un altro servizio continuativo in grado di costituire un valore per il cliente come la consulenza sull'asset allocation ottimale; o
  - iii. l'accesso, a un prezzo competitivo, a una vasta gamma di strumenti finanziari che possano soddisfare le esigenze dei clienti, compreso un numero adeguato di strumenti di fornitori terzi di prodotti che non hanno legami stretti con la Società, insieme o alla fornitura di strumenti a valore aggiunto, come gli strumenti di informazioni oggettivi, che assistono il cliente interessato nell'adozione delle decisioni di investimento o consentono al cliente interessato di monitorare, modellare o regolare la gamma di strumenti finanziari in cui ha investito, o alla fornitura di relazioni periodiche sulla performance e i costi e oneri collegati agli strumenti finanziari;
- b) assenza di vantaggi diretti alla Società in perimetro, ai suoi azionisti o dipendenti senza beneficio tangibile per il cliente interessato;
  - c) fornitura di un beneficio continuativo per il cliente interessato in relazione a un incentivo continuativo.

Le Società in perimetro, al fine di agire nel miglior interesse del cliente, laddove stipulino accordi commerciali e distributivi che prevedono incentivi, assicurano che questi:

- non siano sproporzionati rispetto al valore intrinseco del servizio prestato;
- non siano legati al raggiungimento di determinati volumi di affari.

Laddove non sia possibile dimostrare l'effettivo miglioramento della qualità del servizio reso e il non impedimento ai doveri di agire nel migliore interesse del cliente, le Società in perimetro dispongono l'eliminazione delle fattispecie di incentivi non diversamente gestibili e la definizione di un nuovo assetto commissionale.

Le Società in perimetro sono tenute ad adempiere a tali requisiti a titolo permanente fintantoché continuano a pagare o ricevere l'incentivo.

Un incentivo è considerato inaccettabile qualora la prestazione dei servizi pertinenti al cliente sia falsata o distorta a causa dell'onorario, della commissione o del beneficio non monetario.

Gli incentivi si dividono in monetari e non monetari; gli incentivi non monetari si distinguono tra quelli minori e quelli di maggiore entità.

Gli incentivi non monetari minori accettabili sono ragionevoli e proporzionati, tali da non incidere sul comportamento della Società in modo pregiudizievole per gli interessi della clientela. In particolare, sono da ricondurre in tale categoria:

- a) informazioni o documentazione relativa a uno strumento finanziario/ prodotto di investimento assicurativo, a un servizio di investimento di natura generica o personalizzata in funzione della situazione di un singolo cliente;
- b) materiale scritto da terzi commissionato e pagato da un emittente societario o da un emittente potenziale per promuovere una nuova emissione da parte della società, o quando l'impresa terza è contrattualmente impegnata e pagata dall'emittente per produrre tale materiale a titolo permanente, purché il rapporto sia chiaramente documentato nel materiale e al contempo il materiale sia messo a disposizione di qualsiasi impresa di investimento che desideri riceverlo o del pubblico in generale;
- c) partecipazione a convegni, seminari e altri eventi formativi sui vantaggi e le caratteristiche di un determinato strumento finanziario/ prodotto di investimento assicurativo, servizio di investimento;

- d) ospitalità di un valore de minimis ragionevole, come cibi e bevande a margine di un incontro di lavoro o di una conferenza, seminario o altri eventi di formazione di cui alla lettera c).

Sono da considerarsi, al contrario, incentivi non monetari di maggiore entità le fattispecie non ricomprese nell'elencazione precedente.

Le Società in perimetro, con il supporto della Funzione Marketing di Capogruppo, sulla scorta delle indicazioni normative sopra riportate e dell'analisi delle tipologie di incentivi ricevuti sulla base degli accordi commerciali e distributivi in essere, adottano i seguenti criteri discretivi al fine di individuare l'ammissibilità o meno degli incentivi e di distinguere gli stessi tra quelli minori accettabili e di maggiore entità:

Tipologia incentivo	Criteri di ammissibilità	Entità
Attività di aggiornamento/formazione senza pernottamento	<b><u>La durata della formazione deve essere pari o superiore alla metà della durata dell'evento</u></b> - tali tipologie di evento prevedono orari molto diversificati e spesso extra-lavorativi: per catturare e valutare adeguatamente tali casistiche si ritiene utile considerare la durata totale dell'evento (orario lavorativo ed extra-lavorativo). (Il tempo dedicato al trasferimento non dovrà essere conteggiato)	<b><u>Minore accettabile</u></b> - se il costo medio giornaliero per persona è uguale o inferiore a € 150,00 <b><u>Di maggiore entità</u></b> - altrimenti
Attività di aggiornamento/formazione senza pernottamento con clientela		
Attività di aggiornamento/formazione con pernottamento	<b><u>La durata della formazione deve essere pari o superiore ai 2/3 della durata dell'evento</u></b> - tali tipologie di attività hanno una durata di uno o più giorni, pertanto, ai fini del conteggio delle ore dedicate alla formazione fanno fede gli orari effettivi di ufficio che verranno di volta in volta definiti in base al programma delle attività di formazione/aggiornamento. In ogni caso l'orario dovrà essere compreso tra le 8:00 e le 18:00. Il tempo dedicato al trasferimento non dovrà essere conteggiato. Eventuali voli dovranno essere prenotati in classe economy e il prezzo dovrà essere in linea con il prezzo medio dei voli aerei per raggiungere le località oggetto di ospitalità nel periodo in cui è organizzato l'evento <b><u>Il costo medio giornaliero non potrà superare € 1.000,00 per persona</u></b> - le attività fuori sede prevedono format differenti, pertanto, si ritiene ragionevole il limite di costo definito così da	<b><u>Di maggiore entità</u></b>

	ricomprendere attività dal costo più contenuto (ad es. formazione/ aggiornamento presso sedi di investimento italiane della SGR/ Sicav) e dal costo più elevato (ad es. formazione/ aggiornamento presso sedi di investimento estere della Sicav o presso scuole di formazione specialistica o università – master)	
Materiale informativo a margine di incontri	<b><u>Sempre ammissibile</u></b>	<b><u>Minore accettabile</u></b>
Gadget non a margine di incontri	<b><u>Il costo del gadget deve essere inferiore o uguale a € 100,00 -</u></b>	<b><u>Di maggiore entità</u></b>
Materiale pubblicitario	<b><u>Sempre ammissibile</u></b>	<b><u>Minore accettabile</u></b>

Le Società in perimetro che prestano consulenza in materia di investimenti su base indipendente o servizi di gestione del portafoglio accettano e trattengono esclusivamente benefici non monetari di minore entità che possono migliorare la qualità del servizio offerto ai clienti. Tutti gli onorari, commissioni o benefici monetari ricevuti da terzi in relazione alla prestazione di consulenza indipendente in materia di investimenti e di gestione del portafoglio sono restituiti integralmente al cliente quanto prima dopo il ricevimento dei pagamenti stessi da parte della Società in perimetro e quest'ultima non è autorizzata a detrarre i pagamenti di terzi dalle commissioni che il cliente deve alla stessa. Le Società in perimetro informano i clienti di tali trasferimenti (ad esempio attraverso relazioni informative periodiche).

## 8.2. Classificazione e registro degli incentivi per i prodotti finanziari

Per i prodotti finanziari, le Società in perimetro al fine di conservare le prove che gli incentivi pagati o ricevuti sono concepiti per migliorare la qualità del servizio prestato al cliente:

- tengono un elenco interno di tutti gli incentivi monetari e non monetari che ricevono da terzi in relazione alla prestazione di servizi di investimento, servizi accessori e in relazione ai prodotti di investimento assicurativi distribuiti;
- registrano il modo in cui gli incentivi pagati o ricevuti dalla Società, o che essa intende impiegare, migliorino la qualità dei servizi prestati ai clienti interessati e le misure adottate al fine di non pregiudicare il dovere delle stesse di agire in modo onesto, imparziale e professionale per servire al meglio gli interessi dei clienti.

In particolare, nello svolgimento dell'attività di identificazione degli incentivi per i prodotti finanziari, le Società in perimetro utilizzano i seguenti driver di analisi:

- la Casa Prodotto che paga gli incentivi;
- l'asset class e/o l'ISIN dello strumento finanziario in relazione al quale è riconosciuto l'incentivo;
- il servizio di investimento/accessorio ovvero il prodotto di investimento assicurativo a fronte del quale la commissione viene pagata;
- la tipologia e la descrizione della commissione in relazione a cui è calcolato l'incentivo;

- l'informazione se la commissione è ricevuta o pagata dalla Società;
- il metodo di calcolo dell'incentivo;
- il servizio prestato e/o le modalità per innalzare la qualità del servizio offerto al cliente;
- la natura dell'incentivo, se monetario o non monetario;
- l'entità degli incentivi non monetari, se maggiore o minore;
- la tipologia dell'incentivo in relazione anche alla frequenza con cui viene ricevuto (una tantum: initial o exit; on-going).

### 8.3. Informativa alla clientela

Le Società in perimetro forniscono informativa alla clientela in merito all'esistenza, la natura, l'importo o il metodo di calcolo degli incentivi ricevuti da o pagati a terzi. In particolare:

- prima della prestazione del servizio di investimento o accessorio nonché dell'attività di distribuzione di prodotti di investimento assicurativi, le Società in perimetro forniscono al cliente le informazioni relative al pagamento o al beneficio. I benefici non monetari minori sono descritti in modo generico. I benefici non monetari di altra natura ricevuti o pagati dalla Società in relazione al servizio/attività prestato/a un cliente sono quantificati e indicati separatamente;
- laddove le Società in perimetro non siano state in grado di quantificare ex-ante l'importo dei pagamenti o benefici da ricevere o pagare, e invece abbiano comunicato al cliente il metodo di calcolo di tale importo, forniscono ai propri clienti le informazioni sull'importo esatto del pagamento o beneficio ricevuto o pagato ex-post, all'interno dell'informativa annuale sui costi e gli incentivi;
- nel caso di incentivi continuativi, le Società, nell'ambito dell'informativa annuale resa alla clientela su costi e incentivi, comunicano singolarmente l'importo effettivo dei pagamenti o benefici ricevuti o pagati. I benefici non monetari minori sono descritti in modo generico. In caso di prestazione del servizio di gestione di portafogli, le Società in perimetro non sono tenute a fornire l'eventuale informativa annuale dei benefici non monetari minori.

Per i prodotti assicurativi, invece, le Società in perimetro sono tenute a fornire informazioni sulle remunerazioni, comunicando al cliente, prima della conclusione del contratto, la natura del compenso ricevuto in relazione al contratto distribuito nelle modalità previste dalla normativa vigente. In particolare, le Società in Perimetro devono precisare se il compenso percepito è:

- a) un onorario corrisposto direttamente dal cliente;
- b) una commissione inclusa nel premio assicurativo;
- c) altri tipi di compensi, compresi i benefici economici di qualsiasi tipo offerti o ricevuti in virtù del contratto di assicurazione;
- d) una combinazione dei compensi di cui alle lettere a), b) e c).

### 8.4. Monitoraggio

Le Società in perimetro, al fine di garantire l'efficace gestione degli incentivi, svolgono un'attività di monitoraggio nel continuo, volta a verificare la legittimità delle commissioni attraverso il presidio sistematico del processo di rilevazione e gestione delle stesse.

In particolare, ogniqualvolta verrà definito un nuovo accordo di distribuzione / collocamento le funzioni responsabili della definizione e della gestione dell'assetto commissionale dovranno verificare il rispetto delle indicazioni contenute nel presente documento.

## 8.5. Incentivi in relazione alla ricerca

La prestazione di servizi di ricerca a favore della Società da parte di soggetti terzi non è considerata un incentivo qualora sia ricevuta in cambio di uno dei seguenti elementi:

- pagamenti diretti da parte delle Società sulle base delle proprie risorse;
- pagamenti da un conto di pagamento per la ricerca separato controllato dalle Società in perimetro, purché siano soddisfatte le seguenti condizioni relative al funzionamento del conto:
  - a) il conto di pagamento per la ricerca è finanziato da uno specifico onere per la ricerca a carico del cliente;
  - b) come parte dell'istituzione di un conto di pagamento per la ricerca e della fissazione dell'onere di ricerca d'accordo con i clienti, le Società in perimetro stabiliscono e valutano regolarmente un bilancio per la ricerca come misura amministrativa interna;
  - c) le Società in perimetro sono ritenute responsabili del conto di pagamento per la ricerca;
  - d) le Società in perimetro valutano regolarmente la qualità della ricerca acquistata in base a criteri di qualità robusti e alla sua capacità di contribuire a migliori decisioni di investimento.

In caso contrario, la ricerca ricade nella disciplina degli incentivi e la relativa ammissibilità deve essere valutata in base ai criteri definiti nella presente Politica.

Quando si avvalgono del conto di pagamento per la ricerca, le Società in perimetro forniscono ai clienti le seguenti informazioni:

- prima della prestazione di un servizio di investimento ai clienti, informazioni sull'importo iscritto in bilancio per la ricerca e sull'importo dell'onere per la ricerca stimato per ciascuno di essi;
- informazioni annuali sui costi totali che ognuno di essi ha sostenuto per la ricerca da parte di terzi.

Inoltre, su richiesta dei clienti o delle autorità competenti, le Società in perimetro sono tenute a fornire a questi un elenco dei fornitori pagati dal suddetto conto di pagamento, l'importo totale a loro erogato nel corso di un periodo di tempo definito, i benefici e i servizi ricevuti e come l'importo totale speso dal conto si rapporti al budget fissato per quel periodo.

L'onere per la ricerca a carico del cliente, di cui al conto di pagamento, è definito sulla base di un budget specifico e non è collegato al volume e/o al valore delle operazioni eseguite. Ai fini della regolare valutazione della qualità della ricerca acquistata, le Società in perimetro definiscono tutti gli elementi necessari, tra i quali l'entità del beneficio che la ricerca può apportare ai portafogli dei clienti, in una politica scritta che forniscono ai clienti.

## 9. Ruoli principali

Nei sottoparagrafi successivi sono definiti ruoli e responsabilità di Organi e Funzioni principalmente coinvolti nella gestione del modello in argomento.

- **Consiglio di Amministrazione della Capogruppo:**
  - a) definisce e approva la presente Politica;
  - b) approva la mappatura dei conflitti d'interesse di Iccrea Banca, in cui sono identificate e classificate le diverse tipologie di conflitto;
  - c) è destinatario di flussi informativi in materia di servizi d'investimento.
- **Consiglio di Amministrazione delle Società in perimetro:**
  - a) recepisce la presente Politica, ne cura e verifica l'attuazione;
  - b) approva la mappatura dei conflitti d'interesse della Società in perimetro, in cui sono identificate e classificate le diverse tipologie di conflitto;
  - c) è destinatario di flussi informativi in materia di servizi d'investimento.
- **Comitato Rischi di Capogruppo:** supporta il Consiglio di Amministrazione nella definizione e approvazione della presente Politica.
- **Funzione Wealth Management della Capogruppo:**
  - a) definisce le linee guida per l'attuazione di procedure e misure organizzative per il Gruppo per un'adeguata gestione dei conflitti d'interesse;
  - b) individua e definisce le principali fattispecie di conflitto d'interesse per il Gruppo e valuta le misure organizzative e procedurali per la gestione dei conflitti identificati e per rimediare ad eventuali carenze;
  - c) definisce per il Gruppo le linee guida per l'attuazione di procedure e misure da adottare per il processo di rilevazione degli incentivi percepiti/pagati dalle Società in perimetro, proponendo ove necessario le modifiche organizzative e procedurali volte ad assicurare un'adeguata mitigazione del rischio di non conformità;
  - d) individua per il Gruppo le misure che possono accrescere la qualità del servizio ai fini dell'ammissibilità degli incentivi dei prodotti finanziari;
  - e) valuta e riesamina periodicamente, almeno con frequenza annuale, la presente Politica e adotta misure adeguate per rimediare a eventuali carenze.
- **Funzione Marketing della Capogruppo:**
  - a) supporta le Società in perimetro nell'analisi degli incentivi in sede di definizione degli accordi commerciali con terzi soggetti;
  - b) supporta le Società in perimetro nella verifica ex ante sull'ammissibilità degli incentivi.
- **Funzione responsabile delle Società in perimetro che gestisce le attività di seguito riportate:**
  - a) identifica i conflitti d'interesse, in riferimento agli specifici servizi e attività di investimento e ai servizi accessori prestati o esercitati, le circostanze che generano o potrebbero generare un conflitto di interesse;
  - b) definisce le procedure da seguire e le misure da adottare per prevenire o gestire i conflitti di interesse;
  - c) identifica le informazioni da fornire ai clienti, nel caso in cui le misure adottate non siano sufficienti ad evitare il rischio di nuocere agli interessi dei clienti medesimi;
  - d) predisponde una relazione annuale sui conflitti di interesse, da sottoporre al Consiglio di Amministrazione;
  - e) conserva e aggiorna nel continuo:
    - i. la mappatura dei conflitti d'interesse, in cui sono identificate e classificate le diverse tipologie di conflitto, sottoponendola al Consiglio di Amministrazione, previa valutazione della propria Funzione Compliance;

- ii. il registro dei conflitti d'interesse, nel quale viene tenuta traccia di tutte le operazioni in concreto verificatesi in conflitto dei prodotti finanziari e dei prodotti d'investimento assicurativo;
- iii. la mappatura degli incentivi, in cui sono identificate e classificate le diverse tipologie di commissioni/benefici di natura non monetaria ammessi, sottoponendola al Consiglio di Amministrazione, previa valutazione della propria Funzione Compliance;
- iv. il registro degli incentivi, nel quale viene tenuta traccia di tutti gli incentivi percepiti/pagati.

## Modalità di recepimento del documento

Società emittente:	ICCREA Banca
Titolo:	Politica di Gruppo in materia di gestione dei conflitti di interesse e incentivi nella prestazione di servizi di investimento e accessori e nella distribuzione di prodotti assicurativi
Identificazione del documento:	GBCI-POL-M05-03-R01
Tipologia documento:	Politica di Gruppo in materia di gestione dei conflitti di interesse e incentivi nella prestazione di servizi di investimento e accessori e nella distribuzione di prodotti assicurativi
Società del Gruppo:	<i>a cura della Società del Gruppo</i>
Approvato da:	<i>a cura della Società del Gruppo</i>
Emanato con:	<i>a cura della Società del Gruppo</i>
Norme abrogate o sostituite:	<i>a cura della Società del Gruppo</i>

### Allegato A: Mappatura incentivi lett.b) art. 52 Regolamento Intermediari

Fattispecie (art. 52 Reg. Intern.)	Servizio di investimento / Attività di intermediazione	Tipologia di commissione	Descrizione commissione	Importo/ Metodo di calcolo	Ricev. Pag. (R/P)	Altri soggetti coinvolti	Test di ammissibilità		Considerazioni CESR	
							Accrescimento della qualità del servizio è dimostrata da:	L'interesse per il cliente è rispettato da:		
<b>Let. b</b>	1.1	Distribuzione di gestioni patrimoniali di terzi	INGRESSO	Commissione pagata dal Cliente all'atto della sottoscrizione e retrocessa dal gestore al distributore, per il servizio reso e per aver introdotto il cliente	La misura della commissione è diversa secondo la linea di gestione scelta. Essa va da un min. di 0,00% ad un max del 1,00% dell'importo versato nella gestione. Viene retrocessa alla BCC: al 100%	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA – CASSA CENTRALE	L'accrescimento della qualità del servizio è dimostrato dal fatto che la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti ed il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario	- processi di controllo sugli accordi commerciali stipulati, - regole di comportamento neutrali alla diversa entità degli incentivi, - gestione dei conflitti di interesse per mitigare l'effetto degli incentivi	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
<b>lett. b</b>	1.2	Distribuzione di gestioni patrimoniali di terzi	GESTIONE (O MANTENIMENTO)	Commissione pagata dal cliente al Gestore sul patrimonio gestito quale corrispettivo del suo servizio di gestione e retrocessa in percentuale al distributore. Tale commissione è calcolata trimestralmente sul valore medio del patrimonio conferito in gestione (compreso il saldo del conto corrente indisponibile), secondo l'aliquota percentuale indicata nel contratto di gestione.	La misura della commissione è diversa secondo la linea di gestione scelta. Essa va da un min. di 0,60% annuale ad un max del 1,60% sull'importo della gestione. Viene retrocessa alla BCC: in misura che va dal 60% al 80 %	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA – CASSA CENTRALE	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un servizio dalla stessa non trattato al quale il cliente altrimenti, non avrebbe potuto accedere, - la Banca mette a disposizione un costante aggiornamento professionale dei suoi dipendenti mediante l'erogazione di corsi di formazione interni ed esterni, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione sia in fase pre-contrattuale che per l'assistenza che il distributore garantisce al cliente anche successivamente alla vendita.	- processi di controllo sugli accordi commerciali stipulati, - regole di comportamento neutrali alla diversa entità degli incentivi, - gestione dei conflitti di interesse per mitigare l'effetto degli incentivi	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
<b>lett. b</b>	1.3	Distribuzione di gestioni patrimoniali di terzi	SOFT COMMISSION	Organizzazione di corsi, incontri di formazione, aggiornamento professionale a favore del distributore finalizzati a fornire competenza e conoscenza dei prodotti alla Rete commerciale dello stesso; fornitura di ricerche e analisi finanziarie, call conference, inviti a convegni/roadshow; accessi informatici gratuiti a piattaforme elettroniche per l'inserimento dei contratti di gestione e la consultazione delle posizioni in essere	N/A	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA	- la formazione è volta ad accrescere la qualità del servizio di distribuzione di gestioni di portafoglio aumentando le competenze e le conoscenze del personale dedicato a tale attività, - l'accesso alle procedure rende possibile la prestazione del servizio stesso.	- i riconoscimenti sono unicamente impiegati per mantenere ed ulteriormente migliorare il livello qualitativo ed il profilo di efficienza del servizio l'attività prestata al cliente; - le ricerche e analisi sono gratuite e non vincolate al raggiungimento di volumi di negoziazione.	<b>CESR - esempio XI e XII</b>
<b>lett. b</b>	2.1	Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi (polizze unit linked e contratti di capitalizzazione)	SOTTOSCRIZIONE (O DI ACQUISIZIONE)	Retrocessione riconosciuta dalla Compagnia di Assicurazione al distributore, è pagata dal cliente all'atto della sottoscrizione sotto forma di caricamento che riduce il valore del premio versato	La misura del caricamento differisce a seconda del prodotto. Essa va da un minimo del 0,25% ad un max del 4,25% sull'importo investito, in alcuni casi è un importo fisso. Tale commissione viene retrocessa alla BCC: in misura che va dal 50% al 80%	R	ASSIMOCO VITA - BCC VITA - EUROVITA.	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.	cfr. lett. b.1.1	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
<b>lett. b</b>	2.2	Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi (polizze unit linked e contratti di capitalizzazione)	GESTIONE (O MANTENIMENTO)	Applicata dalla Compagnia di assicurazione sul patrimonio gestito quale corrispettivo del suo servizio di gestione. Tale commissione è calcolata periodicamente sul valore del fondo interno, secondo l'aliquota percentuale indicata nella polizza. Viene retrocessa percentualmente al distributore.	La misura della commissione differisce a seconda del prodotto assicurativo e/o della linea di investimento. Essa va da un minimo del 0,25% ad un max del 2,50% del montante gestito. La commissione viene retrocessa alla BCC: in misura che va dal 50% al 80%. Nelle polizze di capitalizzazione dipende dal rendimento della gestione e viene calcolata sul montante gestito fatta salva la rivalutazione minima	R	ASSIMOCO VITA - BCC VITA - EUROVITA.	- la Banca mette a disposizione un costante aggiornamento professionale dei suoi dipendenti mediante l'erogazione di corsi di formazione interni ed esterni, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione sia in fase pre-contrattuale che per l'assistenza che il distributore garantisce al cliente anche successivamente alla vendita.	cfr. lett. b.1.1	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto

					garantita a favore del cliente.			- assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti		
lett. b	2.3	Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi (polizze index linked)	UNA TANTUM (UP FRONT)	Commissione pagata dalla Compagnia al distributore è implicita cioè inclusa nel prezzo pagato dal cliente.	Data l'estrema variabilità delle stesse l'ammontare è determinato di volta in volta sul singolo prodotto emesso	R	ASSIMOCO VITA - BCC VITA	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.	cf. lett. b.1.1	<u>CESR - esempio IX</u> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett. b	2.4	Distribuzione di prodotti finanziari assicurativi	SOFT COMMISSION	Organizzazione di corsi, di incontri di formazione, aggiornamento professionale a favore del distributore finalizzati a fornire competenza e conoscenza dei prodotti alla Rete commerciale dello stesso; Accessi informatici gratuiti a piattaforme elettroniche per l'inserimento dei contratti di polizza e la consultazione delle posizioni in essere	N/A	R	ASSIMOCO VITA - BCC VITA	- la formazione è volta ad accrescere la qualità del servizio di distribuzione di polizze assicurative aumentando le competenze e le conoscenze del personale dedicato a tale attività, - l'accesso alle procedure rende possibile la prestazione del servizio stesso.	I riconoscimenti sono unicamente impiegati per mantenere ed ulteriormente migliorare il livello qualitativo ed il profilo di efficienza del servizio /attività prestata al cliente.	<u>CESR - esempio XI e XII</u>
lett. b	3.1	Collocamento di OICR (fondi, fondi di fondi),	INGRESSO	Commissione pagata dal cliente all'atto della sottoscrizione sotto forma di un minor capitale investito nel rispettivo fondo (sia per i versamenti in un'unica soluzione sia per i piani di accumulazione) e retrocessa dal gestore collettivo al distributore.	La misura della commissione è diversa secondo il fondo collocato. Essa va da un min. di 0% ad un max del 3,00% sull'importo investito. Viene retrocessa <i>totalmente</i> alla BCC: 100%	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA SGR - AZIMUT CAPITAL MANAGEMENT SGR - NEAM S.A.	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto	cf. lett. b.1.1	<u>CESR - esempio IX</u> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett. b	3.2	Collocamento di OICR, (fondi, fondi di fondi e fondi pensione)	GESTIONE (O MANTENIMENTO)	La commissione di gestione è calcolata dal gestore sul valore complessivo netto dei Fondi secondo le metodologie adottate da ciascuna Società emittente. Tale commissione determina per il cliente un minor valore delle quote da lui possedute, essa viene in parte retrocessa dal gestore al distributore.	La misura della commissione è diversa secondo il fondo collocato. Essa va da un min. di 0,45% ad un max di 2,10% dell'importo Viene retrocessa alla BCC: in misura che va dal 60% al 80%	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA SGR - AZIMUT CAPITAL MANAGEMENT SGR - NEAM S.A.	- la Banca mette a disposizione un costante aggiornamento professionale dei suoi dipendenti mediante l'erogazione di corsi di formazione interni ed esterni, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione per l'assistenza che il distributore garantisce al cliente anche successivamente alla vendita, - assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti	cf. lett. b.1.1	<u>CESR - esempio IX</u> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett. b	3.3	Collocamento di OICR, (fondi, fondi di fondi e, fondi pensione)	SOFT COMMISSION	Organizzazione di corsi, di incontri di formazione, aggiornamento professionale a favore del distributore finalizzati a fornire competenza e conoscenza dei prodotti alla Rete commerciale dello stesso; fornitura di ricerche e analisi finanziarie, call conference, inviti a convegni/roadshow; accessi informatici gratuiti a piattaforme elettroniche per l'inserimento delle operazioni e la consultazione delle posizioni in essere.	N/A	R	BCC RISPARMIO&PR EVIDENZA SGR - AZIMUT CAPITAL MANAGEMENT SGR - NEAM S.A.	- la formazione è volta ad accrescere la qualità del servizio di collocamento aumentando le competenze e le conoscenze del personale dedicato a tale attività, - l'accesso alle procedure rende possibile la prestazione del servizio stesso.	- i riconoscimenti sono unicamente impiegati per mantenere ed ulteriormente migliorare il livello qualitativo ed il profilo di efficienza del servizio /attività prestata al cliente, - le ricerche e analisi sono gratuiti e non vincolati al raggiungimento di volumi di negoziazioni.	<u>CESR - esempio XI e XII</u>

lett. b	3.4	Collocamento di SICAV, OICR	GESTIONE (O MANTENIMENTO)/DISTRIBUZIONE	Commissione di mantenimento calcolata sul valore delle quote detenute dal cliente secondo le metodologie adottate da ciascun OICR. Tale commissione determina per il cliente un minor valore delle quote da lui possedute, essa viene in parte retrocessa al collocatore/distributore/subcollocatore.	La misura della commissione è diversa secondo l'OICR/SICAV collocato. Essa va da un min. di 0,07% ad un max 3,45% del valore della quota Viene retrocessa alla BCC: in misura che va dal 20% al 68%	R	<p>BCC RISPARMIO&amp;PR EVIDENZA SGR</p> <p>Elenco degli OICR e delle controparti degli Accordi di Collocamento :</p> <p>1) Amundi S.G.R. S.p.A.: - Amundi Funds - First Eagle Amundi</p> <p>2) BlackRock - BlackRock Global Funds - BlackRock Strategic Funds - BlackRock UCITS Funds</p> <p>3) BNP Paribas Asset Management Luxembourg: - Parvest - Parworld - BNP Paribas L1 - BNP Paribas Instaticash - BNP Paribas Asian Bond 2021 (15 febbraio - 22 aprile 2016) - BNP Paribas Nordic HY 2021 (15 febbraio - 22 aprile 2016) - BNP Paribas Cedola Sostenibile 2021 (27 febbraio - 5 maggio 2017)</p> <p>4) Etica SGR: - Valori Responsabili Breve Termine - Valori Responsabili Obbligazionario Misto - Valori Responsabili Bilanciato - Valori Responsabili Azionario</p> <p>5) Franklin Templeton International Services S.A. - Franklin Templeton Investment Funds</p> <p>6) Invesco Asset Management S.a.: - Invesco Funds</p> <p>7) JPMorgan Asset Management S.a. R.L.: - JPMorgan Funds - JPMorgan Investment Funds</p> <p>8) Morgan Stanley Investment Management Limited - Morgan Stanley Investment Funds - Morgan Stanley Horizons Fund Sicav (2 settembre - 31 ottobre 2016)</p> <p>9) Banca Finnat Euramerica S.p.A.: - New Millennium SICAV</p> <p>10) Pictet &amp; CIE Europe S.A.: - Pictet Funds</p> <p>11) Raiffeisen Capital Management</p> <p>12) Schroder Investment Management Luxembourg S.A.: - Schroder International Selection Fund - Schroder Special Situations Fund (11 maggio - 3 luglio 2015)</p> <p>13) Swiss &amp; Global - GAM: - GAM Multibond - GAM Multicash - GAM Multistock - Multicooperation Sicav - Multipartner Sicav</p> <p>14) Vontobel - Vontobel Fund</p>	<p>- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario,</p> <p>- la Banca mette a disposizione un costante aggiornamento professionale dei suoi dipendenti mediante l'erogazione di corsi di formazione interni ed esterni,</p> <p>- costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione per l'assistenza che il distributore garantisce al cliente anche successivamente alla vendita,</p> <p>- assiste il cliente mediante la contestuale prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti.</p>	cfr. lett. b.1.1	<p><b>CESR - esempio IX</b></p> <p>La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempita poiché corrispettivo della distribuzione del prodotto</p>
lett. b	4.1	Collocamento, (sottoscrizione titoli di stato mediante asta e collocamento diretto sul mercato (CCT,	COMM. COLLOCAMENTO	Retrocessione dello sconto applicato dal Tesoro	Permillare sul nominale collocato meno lo 0,01%	R	MINISTERO DEL TESORO - ICCREA BANCA SPA	<p>- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario,</p>	cfr. lett. b.1.1	<p><b>CESR - esempio IX</b></p> <p>La condizione di accrescimento del valore del servizio</p>

		BTP, BTP Italia, CTZesclusi BOT)						- costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.		reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett.b	4.2	Collocamento di altri titoli italiani (azioni, obbligazioni)	COMM. COLLOCAMENTO	Retrocessione da Iccrea Banca Spa delle commissioni ricevute dall'emittente per la sottoscrizione di strumenti finanziari Italia, tali commissioni sono incluse nel prezzo pagato dal cliente ed esplicitate nei prospetti informativi relativi all'offerta al pubblico.	Permillare sul nominale collocato. Retrocesso a BCC l' 80% della commissione pagata dall'emittente.	R	EMITTENTI STRUMENTI FINANZIARI TERZI - ICCREA BANCA SPA	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.	cf. lett. b.1.1	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett.b	4.3	Collocamento, sub-collocamento di titoli su Euromercato (azioni, obbligazioni)	COMM. COLLOCAMENTO	Retrocessione da Iccrea Banca Spa, nella partecipazione a Consorzi di collocamento, di parte dello sconto applicato al Lead Manager nel collocamento di titoli su euromercato. Tali commissioni sono incluse nel prezzo pagato dal cliente ed esplicitate nei prospetti informativi relativi all'offerta al pubblico.	Sconto sul prezzo di reoffer equivalente al 80% dello sconto totale applicato dall'emittente. Consiste comunque in una percentuale sul valore dell'emissione (up-front) Esplicitata nel documento di offerta dello strumento	R	EMITTENTI STRUMENTI FINANZIARI TERZI - LEAD MANAGER - ICCREA BANCA SPA	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.	cf. lett. b.1.1	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett.b	4.4	Collocamento, titoli emessi da Iccrea Banca (obbligazioni, Covered Warrant Cap)	COMM. COLLOCAMENTO	Retrocessione della commissione di collocamento. Tale commissione è inclusa nel prezzo pagato dal cliente ed esplicitata nei prospetti informativi relativi all'offerta al pubblico.	La misura della commissione differisce a seconda dello strumento finanziario collocato. Consiste in una percentuale del valore nominale sottoscritto e assegnato. La commissione è esplicitata nelle condizioni definitive di offerta dello strumento.	R	ICCREA BANCA SPA	- la Banca ha messo a disposizione del cliente un più ampio range di prodotti, il cliente, altrimenti, non avrebbe potuto operare in quello specifico strumento finanziario, - costituisce la remunerazione del servizio di distribuzione del prodotto.	cf. lett. b.1.1	<b>CESR - esempio IX</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta poiché costituisce il corrispettivo della distribuzione del prodotto
lett.b	5.1	Distribuzione del servizio ricezione e trasmissione di ordini prestato da terzi mediante Trading on line	COMM. di NEGOZIAZIONE	Retrocessione alla Banca, da parte di Directa Sim di parte delle commissioni di intermediazione nette pagate dal cliente nell'utilizzo del servizio di negoziazione di Trading on line. Commissioni di intermediazione nette: commissioni incassate da Directa S.I.M.p.A. dai clienti della Banca o, nel caso di CW a commissione zero, dagli emittenti degli stessi, al netto degli oneri di trasmissione ordini, negoziazione come pagati all'intermediario negoziatore, compensazione, liquidazione e custodia.	Directa S.I.M.p.A. riconosce trimestralmente alla BCC la retrocessione di una percentuale delle commissioni nette generate dai clienti della BCC come segue: 1) 10% fino a € 5.000,00 di commissioni di intermediazione nette mensili. 2) 20% sull'importo di commissioni di intermediazione nette mensili eccedente la somma al punto 1).	R	DIRECTA SIM	- rappresenta la remunerazione per aver introdotto un nuovo cliente, - la Banca ha messo a disposizione del cliente un servizio di investimento prestato da altri, permettendo al cliente di accedervi.	Sebbene la convenzione riconosca forme di remunerazione proporzionate alla quantità intermedia dai clienti, ad oggi la presenza di scaglioni risulta del tutto ininfluente rispetto all'effettiva richiesta di negoziazione avanzata dai clienti, poiché la Banca non può influenzare le scelte dei clienti che operano autonomamente tramite internet. L'interesse del cliente non è lesa dalla retrocessione in quanto non grava sul costo del servizio di cui usufruisce.	<b>CESR - esempio VI</b> La condizione di accrescimento del valore del servizio reso al cliente è data come adempiuta





							Criteri per la valutazione dei COI				
Ref.	Area	Personae / controparti coinvolte	Prodotti	Tipologia conflitto di interesse potenziale	Situazione che potrebbe condurre ad un Conflitto di Interesse (COI)	Descrizione Conflitto di Interesse (COI)	Linee guida per le possibili modalità di gestione dei conflitti di interesse	Modalità di gestione dei conflitti di interesse	Linee guida per l'indicazione dell'efficacia/inefficacia della modalità di gestione	Indicazione dell'efficacia/inefficacia della modalità di gestione	DISCLOSURE SI/NO
COI-01	Corporate Affairs	Distributore	Vita e Danni	Accordi di distribuzione	Sono in atto relazioni particolari tra intermediari o tra intermediari e Compagnie assicurative	In alcuni casi è possibile che le Compagnie assicurative detengano partecipazioni dell'intermediario o vice-versa anche a livello della Capogruppo	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Indicazione colonna N non modificabile	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela	SI
COI-02	Distribution	Distributore	Vita e Danni	Comportamento del distributore	Gli intermediari non effettuano operazioni alle migliori condizioni possibili con riferimento al momento, alla dimensione e alla natura delle operazioni medesime	Gli intermediari hanno obiettivi personali tali per cui sono spinti ad operare non tenendo in considerazione il miglior interesse del cliente.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Per le Banche Affiliate le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela*.  Per le Società del perimetro diretto, le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono/non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela.  *Attualmente le piattaforma di emissione e collocamento dei prodotti assicurativi non essendo integrate non consentono di garantire la corretta gestione della fase di vendita	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela*.  *Attualmente le piattaforma di emissione e collocamento dei prodotti assicurativi non essendo integrate non consentono di garantire la corretta gestione della fase di vendita	SI
COI-03	Distribution	Distributore	Vita e Danni	Comportamento del distributore	Gli intermediari non operano in maniera tale da contenere i costi a carico dei clienti ed ottenere il massimo risultato possibile anche in relazione agli obiettivi assicurativi	Gli intermediari sono spinti ad operare favorendo i propri interessi a scapito di quelli dei clienti	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Le misure necessarie ad assicurare che non venga privilegiato l'interesse del Distributore nel compimento dell'operazione a discapito di quello del cliente sono le seguenti: - adozione di regolamentazione interna che preveda che il distributore operi nel rispetto delle regole di comportamento in fase di distribuzione dei prodotti assicurativi. In particolare: a) questionario IDD per rilevare le esigenze assicurative e previdenziali del contraente; b) valutazione di coerenza del prodotto assicurativo con le esigenze assicurative/previdenziali manifestate dal contraente; c) divieto dell'utilizzo della manleva in caso di prodotti incoerenti o in caso di rifiuto del cliente di fornire uno o più informazioni utili per la valutazione delle sue richieste ed esigenze assicurative; d) definizione di un modello dei "prodotti equivalenti" che consenta di identificare i prodotti che meglio rispondono alle esigenze assicurative del cliente secondo criteri oggettivi e nel migliore interesse dello stesso ovvero adozione di un "catalogo prodotti" che consenta al Distributore di rispettare l'obbligo di operare in modo onesto, equo e trasparente per servire al meglio gli interessi del cliente, mitigando l'esistenza di prodotti equivalenti.	Per le Banche Affiliate le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela*.  Per le Società del Perimetro Diretto, le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate vengono/non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela.  *Attualmente le piattaforma di emissione e collocamento dei prodotti assicurativi non essendo integrate non consentono di garantire la corretta gestione della fase di vendita	Le soluzioni organizzative e/o amministrative adottate non vengono giudicate sufficienti per assicurare, con ragionevole certezza, che sia evitato il rischio di ledere gli interessi della clientela*.  *Attualmente le piattaforma di emissione e collocamento dei prodotti assicurativi non essendo integrate non consentono di garantire la corretta gestione della fase di vendita	SI