



Bilancio di sostenibilità 2009



Bilancio di sostenibilità 2009

BANCA GENERALI SPA

SEDE LEGALE

VIA MACHIAVELLI, 4 34132 - TRIESTE

CAPITALE SOCIALE

DELIBERATO: EURO 116.878.836

SOTTOSCRITTO E VERSATO: EURO 111.351.392,00 *

CODICE FISCALE, PARTITA IVA E ISCRIZIONE AL REGISTRO DELLE IMPRESE DI TRIESTE

00833240328

SOCIETÀ SOGGETTA ALLA DIREZIONE E COORDINAMENTO DI ASSICURAZIONI GENERALI S.P.A.

BANCA ADERENTE AL FONDO INTERBANCARIO DI TUTELA DEI DEPOSITI

ISCRITTA ALL'ALBO DELLE BANCHE PRESSO LA BANCA D'ITALIA AL N. 5358

CAPOGRUPPO DEL GRUPPO BANCARIO BANCA GENERALI ISCRITTO ALL'ALBO DEI GRUPPI BANCARI

CODICE ABI 03075.9

LA SOCIETÀ HA PER OGGETTO L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ BANCARIA E QUINDI LA RACCOLTA DEL RISPARMIO E L'ESERCIZIO DEL CREDITO NELLE LORO VARIE FORME; PUÒ INOLTRE SVOLGERE OGNI ATTIVITÀ FINANZIARIA NONCHÉ LE ATTIVITÀ CONNESSE E STRUMENTALI A QUELLA BANCARIA E FINANZIARIA.

A CURA DI

INVESTOR RELATIONS BANCA GENERALI

COORDINAMENTO EDITORIALE

COMUNICAZIONE ESTERNA

PROGETTO GRAFICO, EDITING, REVISIONE TESTI

MESSAGE SRL

FINITO DI STAMPARE NEL NOVEMBRE 2010



* alla data di pubblicazione del presente documento

Indice

Lettera agli stakeholder	5	Risorse umane	71
Premessa metodologica	7	1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico	
Identità e Governance	9	2. Politiche per i dipendenti	
Mission	10	3. Pari opportunità	
I valori	11	4. Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro	
La storia del Gruppo	12	5. Relazioni industriali e sindacali	
Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità	14	6. Formazione	
L'assetto organizzativo	18	7. Coinvolgimento dei collaboratori	
Il governo societario	22	Azionisti e investitori	91
Sistema dei controlli interni	24	1. Introduzione	
Codici volontari	30	2. L'azionariato	
Rendicontazione economica	33	3. Il titolo Banca Generali	
La performance economica del 2009	34	4. L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati	
Principali indicatori finanziari	35	5. L'attività di Investor Relations	
Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione	36	Fornitori	99
Relazione sociale	41	1. Politiche e pratiche d'acquisto	
Relazione con gli stakeholder	43	Comunità	103
Clienti	45	1. Rapporti con la comunità	
1. Caratteristiche della clientela		Ambiente	107
2. Relazioni con la clientela		1. Politica ambientale	
3. Sicurezza e privacy		2. Tutela dell'ambiente	
4. Contenzioso		Obiettivi di miglioramento	113
5. Gestione reclami		Allegati	117
6. Dialogo con i clienti		Tabella GRI	
La rete distributiva	57	(Global Reporting Initiative)	
1. Caratteristiche fondamentali			
2. Dimensione e composizione			
3. Struttura organizzativa della rete			
4. Ripartizione geografica, per sesso e per anzianità			
5. Multicanalità del servizio			
6. Incentivazione, valorizzazione e formazione			
7. Gestione delle vertenze			
8. Dialogo con le reti di vendita			

Lettera agli stakeholder

IL 2009 è stato un anno di grandi successi per Banca Generali. I nostri risultati economici, quelli commerciali della nostra rete e la soddisfazione dei nostri clienti per le buone performance di cui hanno potuto beneficiare sono il risultato di un lavoro di squadra di cui siamo tutti molto orgogliosi.

Le risorse che abbiamo distribuito agli stakeholder nel 2009 sono significativamente aumentate rispetto all'esercizio precedente. In particolare, si sono confermate prevalenti le risorse distribuite ai nostri dipendenti e promotori. Agli azionisti è stato assegnato un dividendo unitario di 0,45 euro, che colloca Banca Generali tra i titoli con il miglior rendimento sul mercato italiano. Infine, alla comunità sono stati destinati importi più che raddoppiati nel periodo.

In questo anno di successi, si è ulteriormente rafforzata la nostra volontà di essere un gruppo bancario responsabile, le cui politiche sono volte a generare e distribuire risorse crescenti a favore di tutti gli stakeholder, con un impegno che si estrinseca in primo luogo nella gestione sostenibile del nostro core business. Questa prima edizione del bilancio di sostenibilità di Banca Generali vuole rappresentare un impegno formale in questa direzione, che peraltro abbiamo già assunto da alcuni anni nell'ambito del Gruppo Generali.

LA NOSTRA PRIMA RESPONSABILITÀ È LA DIFESA DEL RISPARMIO, PER IL BENESSERE DELLE FAMIGLIE

La nostra prima responsabilità è la difesa del risparmio, che da sempre permea l'attività e le scelte aziendali, guidate dalla consapevolezza della sua importanza per il benessere delle famiglie. In questo contesto, intendiamo sempre più rafforzare il livello professionale delle nostre reti, perché possano assistere con la massima competenza i nostri clienti, cooperando nella ricerca delle soluzioni più idonee alle loro esigenze.

Ai nostri collaboratori vogliamo garantire un percorso di crescita umana e professionale nell'ambito del nostro Gruppo.

VOGLIAMO GARANTIRE UN PERCORSO DI CRESCITA AI NOSTRI COLLABORATORI

Intendiamo rafforzare il nostro impegno nella comunità, che già si concretizza in iniziative a favore della ricerca medica e nell'aiuto ai bisognosi. In particolare, Banca Generali da anni è vicina all'AIMS (Associazione per la Sclerosi Multipla), che sostiene con varie iniziative.

SIAMO IMPEGNATI A FAVORIRE LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Il Gruppo Banca Generali è impegnato a favorire la tutela dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e la lotta alla corruzione, nell'ambito dell'iniziativa delle Nazioni Unite *Global Compact*, alla quale il Gruppo Generali ha aderito.

Allo stesso modo, con l'adesione del Gruppo Generali, di cui Banca Generali è un elemento importante, al *Carbon Disclosure Project*, siamo impegnati nell'affrontare le sfide legate ai cambiamenti climatici e a limitare la portata di questi ultimi attraverso l'adozione di comportamenti ecosostenibili.

Partecipando al Sistema di Gestione Ambientale del Gruppo Generali siamo attivamente impegnati nella riduzione degli impatti della nostra attività sull'ambiente e adottiamo strumenti efficaci a sua tutela, intervenendo tempestivamente per evitare i danni prima che si manifestino.



**SIAMO
SOSTENUTI
NEL NOSTRO IMPEGNO
DALL'APPREZZAMENTO
DEGLI STAKEHOLDER**

La consapevolezza di aver preso impegni importanti ci rende determinati nel perseguirli, sostenuti in questo difficile compito anche dal crescente apprezzamento per i risultati finora ottenuti che ci viene manifestato dai nostri principali stakeholder.

Giovanni Perissinotto
Presidente

Giorgio Girelli
Amministratore Delegato

Premessa metodologica

Questo è il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Banca Generali e ha lo scopo di esplicitare il legame tra i valori, le strategie del Gruppo e le relazioni con i vari stakeholder.

Il documento è suddiviso in tre macro sezioni:

- **Identità e Governance:** con la finalità di illustrare i valori, la mission, la strategia, l'assetto organizzativo e la governance;
- **Risultati economici:** dove vengono esposti nuovamente i risultati illustrati dal Bilancio consolidato, nell'ottica delle singole categorie di portatori di interessi (stakeholder);
- **Relazione di Sostenibilità:** in cui si descrive la quantità e la qualità della relazione con i vari stakeholder.

I CRITERI E I PRINCIPI

I contenuti del documento sono stati elaborati facendo riferimento alle *Sustainability Reporting Guidelines* del GRI edizione 3 (*Global Reporting Initiative*), ai supplementi di settore *Financial Services Sector Supplement* del GRI stesso e alle linee guida di redazione del bilancio di sostenibilità per il settore del credito – *“Il rendiconto agli stakeholder: una guida per le banche”* – elaborato da ABI in collaborazione con EconomEtica (Centro inter-universitario per l'etica economica e la responsabilità sociale di impresa).

I principi del GRI hanno fornito l'ispirazione per la selezione dei contenuti (rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza), per la definizione dei criteri di qualità informativa (equilibrio/neutralità, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e verificabilità) e del perimetro di rendicontazione.

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE E PROCESSO DI REPORTING E MISURAZIONE

Il bilancio di sostenibilità viene pubblicato con cadenza annuale. I dati presentati di seguito si riferiscono all'esercizio 2009 e, ove possibile, sono comparati con il 2008.

Il perimetro del bilancio di sostenibilità include tutte le società del Gruppo Bancario.

Tutte le strutture aziendali contribuiscono alla definizione dei contenuti del bilancio di sostenibilità e alle attività di dialogo con gli stakeholder, mentre la raccolta dei dati è stata effettuata presso la struttura della Direzione Amministrazione, che già svolge l'attività di controllo degli andamenti economici e patrimoniali delle unità di business.

Gli indicatori presentati nel bilancio di sostenibilità sono individuati sulla base delle indicazioni dello standard di riferimento. La maggior parte dei dati deriva da rilevazioni dirette, salvo alcune stime (comunque opportunamente segnalate nel documento di rendicontazione) effettuate senza intaccare l'accuratezza dello specifico dato.





*Identità e
Governance*



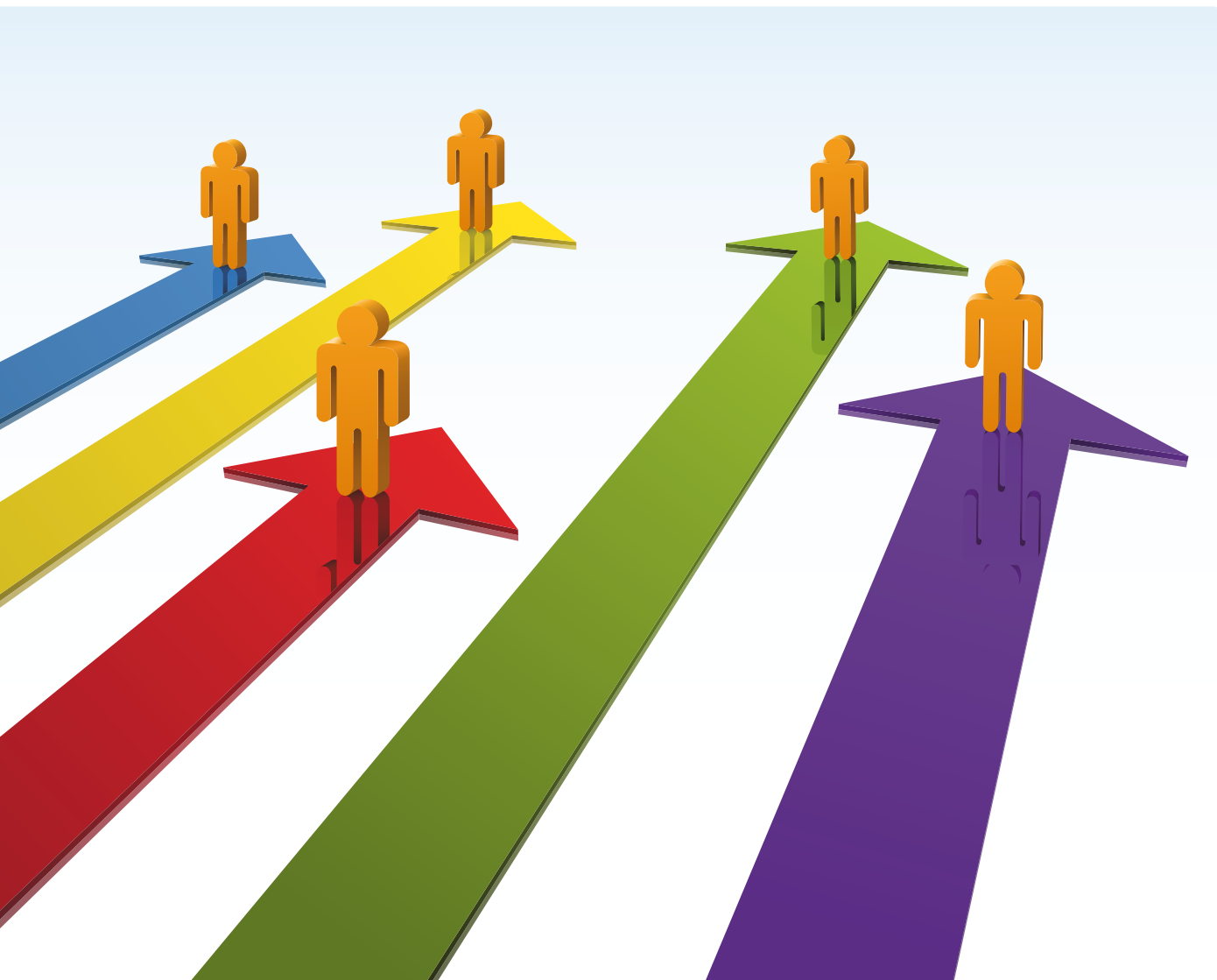
Mission

La mission del Gruppo Banca Generali è sviluppare la propria leadership nel mercato italiano dei Personal Financial Services, grazie a una gamma completa e innovativa di prodotti bancari, assicurativi e di risparmio gestito.

L'obiettivo di Banca Generali è rispondere, attraverso le proprie reti di consulenti finanziari, alle richieste di investimento di ciascun cliente, coerentemente con il profilo finanziario e l'orizzonte temporale d'investimento di ognuno.

Nell'esercizio della propria attività, Banca Generali si impegna a promuovere la cultura della sostenibilità, attraverso uno sviluppo economico che consideri anche gli aspetti sociali, i diritti umani e l'ambiente, nel rispetto dei valori che stanno alla base della visione strategica e dell'operato della società.

Per questo Banca Generali si propone di adottare iniziative volte a sviluppare e a diffondere una maggiore responsabilità verso l'ambiente e il tessuto sociale, nella convinzione che la competitività si deve indissolubilmente accompagnare non solo alla sensibilità etica, ma anche alla partecipazione in prima persona e al sostegno alle iniziative sociali e ambientali.



I valori

Banca Generali opera nel rispetto di valori condivisi, attraverso i quali persegue la propria missione e afferma la propria identità.

TRASPARENZA

Banca Generali promuove la capacità di dialogo e di ascolto, improntando il proprio operato alla chiarezza di intenti e alla coerenza di comportamenti, così da creare e rinforzare la fiducia tra le persone e la correttezza nell'agire aziendale.

ORIENTAMENTO AL FUTURO

Chi lavora in Banca Generali è aperto al cambiamento e partecipa attivamente al processo d'innovazione che rende prodotti, servizi e processi sempre più competitivi, nella consapevolezza che la crescita professionale viene valorizzata in un ambiente improntato a flessibilità e dinamicità.

CONCRETEZZA

In Banca Generali le persone condividono un forte orientamento all'azione e alla capacità realizzativa: il lavoro quotidiano si basa sull'attitudine ad assumere iniziative e a prendere decisioni nell'ambito delle proprie competenze e responsabilità.

GIOCO DI SQUADRA

Banca Generali agevola l'integrazione delle persone all'interno dell'azienda e crede nell'importanza del lavoro di gruppo, indispensabile per migliorare se stessi e i risultati: per questo ciascuno mette la propria esperienza a disposizione di tutti, stimolando confronto e dialogo.

ORIENTAMENTO AL RISULTATO

Banca Generali è consapevole che creare valore per gli stakeholder significa sapersi dare obiettivi ambiziosi e riuscire a valorizzare le prestazioni eccellenti, sia di carattere individuale sia di gruppo.

La storia del Gruppo

Sebbene sia una società giovane, con poco più di un decennio di storia, Banca Generali ha già realizzato una rapida crescita, che l'ha portata ad affermarsi come uno dei principali player del proprio settore, dimostrando di saper perseguire un preciso progetto di sviluppo dell'attività, fino ad arrivare alla quotazione in Borsa. Nel processo di crescita, è possibile distinguere due fasi. La prima, dal 2000 al 2004, è quella in cui sono

state portate a termine le aggregazioni e la riorganizzazione delle reti dei Promotori Finanziari del Gruppo Generali, nonché le acquisizioni per linee esterne. La successiva, dal 2005 a oggi, ha portato alla creazione di un polo di *wealth management* e alla formazione, anche attraverso due acquisizioni, di un polo dedicato al private banking all'interno di Banca Generali. Ecco la cronologia degli avvenimenti.

1998-2000

Una nuova banca

Banca Generali inizia la propria attività il 1° dicembre 1997, a seguito dell'acquisizione del 90% del capitale sociale di Cassa di Risparmio di Trieste Specialcredito S.p.A. da parte di Assicurazioni Generali, che ha rilevato l'istituto bancario nato nel 1992 e ne ha modificato la denominazione in quella attuale di Banca Generali S.p.A.

La banca è inizialmente concepita in modo da permettere al Gruppo Generali di completare la propria offerta con i servizi bancari e finanziari, che sono distribuiti attraverso Prime Consult, la rete di Promotori Finanziari appartenente al Gruppo Generali, e attraverso gli agenti assicurativi facenti capo ad Assicurazioni Generali, Alleanza Assicurazioni e INA Assitalia.

2000

Fusione con Prime e creazione della banca multi-canale

Banca Generali incorpora **Prime S.p.A.** e acquisisce la sua controllata **Prime Consult SIM** da Assicurazioni Generali. Questa transazione segna l'inizio di una nuova visione strategica per Banca Generali, che, grazie alle strutture, al know-how e ai servizi di Prime comincia a operare autonomamente come un gruppo bancario integrato e multi-canale con una propria rete di Promotori Finanziari.

2001

L'acquisizione di Altinia Sim e Ina Sim

La banca rafforza ulteriormente la propria rete di distribuzione con l'acquisizione di altre due società di intermediazione mobiliare dal Gruppo Generali, **Altinia SIM** e **INA SIM**.

Con questa operazione il numero di Promotori Finanziari del gruppo bancario raddoppia e le masse gestite aumentano quasi del 50%.

Nel 2003, insieme a Prime Consult SIM, le due società si sono fuse in un'unica rete, con il marchio Banca Generali.

2002

La creazione di Simgenia SIM

Mentre continua il processo d'integrazione e riorganizzazione delle realtà già acquisite, Banca Generali costituisce **Simgenia SIM**.

Alla nuova società del Gruppo è attribuito il compito di supportare le reti di agenti del Gruppo Generali, sviluppando così una politica di cross-selling dei prodotti e dei servizi finanziari della banca sul portafoglio clienti assicurativi del Gruppo Generali in Italia.

2003

L'acquisizione della rete di Banca Primavera

Banca Generali acquisisce la rete di Promotori Finanziari di **Banca Primavera** (società del gruppo Banca Intesa, ora Intesa Sanpaolo), accogliendo così altri 1.500 promotori al suo interno e incrementando la massa gestita fino a 13,8 miliardi di Euro. Questo passo offre a Banca Generali la possibilità di sfruttare notevoli sinergie, con le conseguenti economie di scala.

2005

Acquisizione di Intesa Fiduciaria SIM

Banca Generali decide di dotare il gruppo bancario di una società fiduciaria dinamica. A tal fine acquista da Banca Intesa la società **Intesa Fiduciaria SIM S.p.A.** (successivamente ridenominata **BG Fiduciaria SIM S.p.A.**).

2006

Il rafforzamento delle attività di wealth management e la quotazione in Borsa

Banca Generali decide di allargare l'attività del Gruppo anche alla gestione individuale e collettiva del risparmio e acquisisce una SGR, denominata **BG SGR**, nella quale vengono fatte confluire tutte le attività di gestione di fondi e di Gestioni Patrimoniali in Fondi (GPF) rivolte alla clientela retail del Gruppo Generali. Con l'obiettivo poi di fornire un servizio di private banking rivolto a una clientela con capacità di investimento elevato, Banca Generali acquisisce il capitale sociale di **Banca BSI Italia** (la società italiana di BSI SA, una controllata svizzera di Assicurazioni Generali). Allo stesso tempo, Banca Generali acquista da BSI una società fiduciaria statica, **S. Alessandro Fiduciaria** (ora ridenominata Generfid).

A conclusione del piano di crescita descritto, Banca Generali è pronta ad avviare un nuovo importante progetto per la valorizzazione del proprio business: la quotazione in Borsa. Le azioni Banca Generali debutano con successo alla Borsa di Milano il 15 novembre.

2007

La creazione di BG Investment Luxembourg

Al fine di rafforzare il polo di wealth management, all'inizio dell'anno, Banca Generali trasferisce le sue attività di private banking a Banca BSI Italia per completare la segmentazione del suo modello organizzativo in tre reti per tipo di clientela.

A fine novembre, viene costituita la nuova controllata **BG Investment Luxembourg SA** per gestire le Sicav del Gruppo Banca Generali di diritto lussemburghese.

2008

Deliberata l'acquisizione di Banca del Gottardo Italia

Banca Generali delibera l'acquisizione di **Banca del Gottardo Italia S.p.A.**, attraverso la controllata **Banca BSI Italia**.

2009

Cessione di Simgenia SIM e creazione di Generali Fund Management

La partecipazione di controllo di **Simgenia SIM S.p.A.** viene ceduta ad Assicurazioni Generali S.p.A.

Prosegue l'attività di sviluppo dell'asset management con la nascita di **Generali Fund Management S.A.**, la fabbrica dei prodotti di risparmio gestito per il gruppo Generali in Europa, detenuta al 51% da Banca Generali e per il restante 49% dal Gruppo Generali.

La nuova società prende vita dalla fusione delle management company di Banca Generali (BG Investment Luxembourg) e di Generali Investments (Generali Investments Luxembourg).

2010

Nasce Banca Generali Private Banking

A compimento del processo di sviluppo dell'attività di private banking, iniziato nel 2006 attraverso l'acquisizione di Banca BSI Italia e continuato nel 2008 con l'acquisizione e successiva integrazione di Banca del Gottardo Italia, nasce **Banca Generali Private Banking**.

Dal 1° gennaio 2010 infatti Banca BSI Italia è stata fusa per incorporazione in Banca Generali, divenendone una divisione autonoma e dedicata all'attività di private banking.

Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità

Banca Generali pone i **bisogni dei clienti** al centro del proprio approccio ai servizi finanziari. Non si tratta di uno slogan commerciale, ma di un costante impegno per costruire un **rapporto di lungo termine** che porti benefici sia al cliente sia alla banca, con particolare attenzione ai segmenti *affluent* e *private*.

Il modello di business di Banca Generali si fonda sull'offerta di un'ampia varietà di prodotti finanziari che includono anche quelli di società terze, secondo il modello di **architettura aperta**. L'estensione di questa offerta, anche internazionale, rende possibile il servizio di consulenza qualificata fornito dai Promotori Finanziari e dai Private Banker del Gruppo Banca Generali, che permette ai clienti di scegliere i prodotti che meglio rispondono alle loro esigenze e caratteristiche.

Banca Generali ha deciso di introdurre anche in Italia questo modello, saldamente affermato nei mercati finanziari più evoluti al mondo.

Sebbene sia ancora di recente introduzione nel mercato italiano, questo modello di business ha già condotto a **esiti apprezzabili** in termini di soddisfazione della clientela e di sviluppo dell'attività di Banca Generali. D'altronde, la nuova direttiva sui servizi finanziari dell'Unione Europea (MiFID), che riconosce e promuove la consulenza quale servizio di investimento, dimostra come Banca Generali sia stata in grado di **anticipare gli sviluppi del mercato**.

All'interno di questa visione generale sono quattro le caratteristiche chiave che identificano l'approccio al business del Gruppo Banca Generali:

- offrire, attraverso i propri Promotori Finanziari e Private Banker, **servizi di consulenza professionali** che consentano di individuare e soddisfare i bisogni finanziari di lungo periodo dei clienti;
- concentrare la distribuzione sul **ruolo del Promotore Finanziario/Private Banker**, che diviene così in grado di offrire un servizio di consulenza professionale e continuativo su tutto il territorio nazionale;
- mettere a disposizione **un'offerta completa di prodotti e servizi** di investimento sia del Gruppo sia delle migliori società a livello internazionale;

- sfruttare e realizzare al meglio le potenzialità insite nel **marchio Generali**, sinonimo di affidabilità, solidità e competenza.

Pur ponendo al centro dell'offerta la professionalità dei propri collaboratori, chiamati a instaurare un rapporto consulenziale diretto con clientela di qualità, il servizio ai clienti si giova anche delle più moderne risorse offerte dalla **multicanalità** – garantita dai servizi telematici, dai call center e dai numerosi uffici e filiali sparsi sul territorio. Ciò consente di coniugare al meglio competenza, personalizzazione e facilità di fruizione da parte dei clienti.

I servizi finanziari e i prodotti di Banca Generali coprono una **vasta gamma di esigenze**: dai fondi comuni di investimento e gestioni di portafoglio ai prodotti previdenziali e assicurativi. Complessivamente vengono offerti circa 1.200 prodotti, propri e di oltre 22 società terze.

Il Gruppo Banca Generali ha due reti dedicate alle differenti tipologie di clientela, in modo da incontrare le diverse esigenze dei propri clienti e superare l'approccio indifferenziato al mercato:

- la rete di Promotori Finanziari di **Banca Generali** provvede ai bisogni della clientela *affluent*;
- la struttura di **Banca BSI Italia** è dedicata al servizio della clientela *private*, e a partire dal 2010 viene convertita nella **Divisione Private Banking** di Banca Generali.

A esse si affianca **Simgenia Sim** che distribuisce i prodotti di Banca Generali.



(a) BG Vita è il marchio commerciale di GenertelLife dedicato in esclusiva ai prodotti assicurativi vita di Banca Generali e Banca BSI Italia

LINEE STRATEGICHE DI SVILUPPO

Le prospettive di crescita del Gruppo Banca Generali si fondano su alcune precise linee di indirizzo:

- **valorizzazione del marchio** e della reputazione, nell'ambito della straordinaria tradizione di solidità, competenza ed affidabilità del Gruppo Generali;
- continuo **sviluppo dell'architettura aperta**, mantenendo significativi margini di vantaggio rispetto alla concorrenza (banche e reti di Promotori Finanziari), anche attraverso una sofisticata innovazione di prodotto;
- progressivo **sviluppo di competenze e capacità consulenziali** da parte degli operatori, anche attraverso specifici strumenti di analisi, in grado di migliorare il servizio alla clientela;
- capacità di conseguire **risultati eccellenti** per la clientela anche in difficili condizioni di mercato, contenendo rischi e volatilità. Questo esito è l'effetto dei tre punti precedenti e beneficia il principale **stakeholder esterno** all'azienda, rappresentato dalla sua clientela;
- focus strategico sulla **redditività aziendale**, attraverso l'incremento dei ricavi ricorrenti, resi progressivamente sempre meno legati all'andamento del mercato azionario, con contestuale contenimento dei costi attraverso una costante opera di ottimizzazione dei processi e l'investimento tecnologico. Tale redditività è finalizzata a beneficiare principalmente gli **stakeholder diretti** dell'azienda, rappresentati dai collaboratori e dagli azionisti (a questi ultimi è stata sinora destinata larga parte dell'utile realizzato);
- focus verso **strategie di sostenibilità** (vedi capitolo seguente) che sono rivolte agli **stakeholder socio-ambientali**.

La **crescita dimensionale** degli asset in gestione, realizzata progressivamente in questi anni anche attraverso fusioni e acquisizioni che hanno reso il Gruppo una delle principali realtà del mercato, continua a essere un obiettivo aziendale di primaria rilevanza. A questa, infatti, sono connessi molti benefici: è evidente, per esempio, che l'organizzazione della banca è in grado di realizzare importanti economie di scala con conseguenti vantaggi sulla redditività complessiva.

Il processo di espansione segue varie direttrici. In primo luogo, è possibile parlare di **crescita organica**, che si realizza con l'acquisizione diretta di nuova clientela di qualità, motivata dalla soddisfazione contagiosa di chi è già cliente e da specifiche iniziative di formazione e di marketing svolte sul territorio. Accanto a ciò è in continua evoluzione l'offerta di strumenti telematici di relazione e servizio tra banca e clientela, utili allo scopo di agevolare e diffondere la penetrazione nel mercato.

È presente, inoltre, una dinamica di **crescita per linee esterne**, che si esplica nell'acquisizione di eccellenti professionalità presenti sul mercato delle reti dei Promotori Finanziari, attratti dalle peculiarità del modello di Banca Generali.

Infine, Banca Generali è l'unica azienda che può combinare sia una comprovata esperienza di successo in acquisizioni sia la forza finanziaria di farle. In un mercato in progressivo consolidamento è una prospettiva che deve tuttavia trovare occasioni qualitative in grado di rinforzare nel medio termine sia il posizionamento competitivo sia la redditività aziendale.

STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

La strategia di sostenibilità del Gruppo Banca Generali si caratterizza per le seguenti grandi priorità:

- perseguire una **crescita sostenibile nel tempo**, con un'azione imprenditoriale volta a realizzare stabili e soddisfacenti risultati economico-commerciali nel lungo periodo, eliminando o riducendo i rischi legati alla volatilità indotta da una inadeguata pianificazione di obiettivi di breve termine;
- **valorizzare le persone** che lavorano nel Gruppo, favorendo un costante sviluppo delle competenze e della professionalità dei collaboratori e il riconoscimento dell'apporto individuale al successo dell'organizzazione;
- essere **sensibile al contesto sociale** in cui il Gruppo è insediato, partecipando a iniziative di carattere assistenziale, culturale e sportivo;
- favorire una **riduzione degli impatti ambientali** diretti e indiretti attraverso l'adozione di misure atte a contenere i consumi di energia, carta, acqua e le emissioni inquinanti.

L'impegno del Gruppo Banca Generali sui temi socio-ambientali si è approfondito nel tempo, innescando un processo di apprendimento, tutt'ora in corso, che coinvolge tutte le componenti aziendali attraverso una pluralità di iniziative. Queste spaziano dalla promozione di eventi finalizzati al sostegno di enti e istituzioni di volontariato, alla raccolta diretta di fondi destinati a fornire supporto in situazioni di calamità naturali o a sostegno di organizzazioni benefiche; dalla sponsorizzazione sul territorio di iniziative sportive, fino alla capillare *education* di tutti i membri del Gruppo nei confronti di politiche di gestione delle risorse individuali e aziendali che tutelino l'ambiente e la salute (per esempio attraverso un'attenta raccolta differenziata dei rifiuti).



L'assetto organizzativo

STRUTTURA SOCIETARIA, MANAGEMENT E COLLABORATORI

Il Gruppo Banca Generali opera essenzialmente in Italia nei settori dell'attività bancaria, dei servizi di investimento e del risparmio gestito.

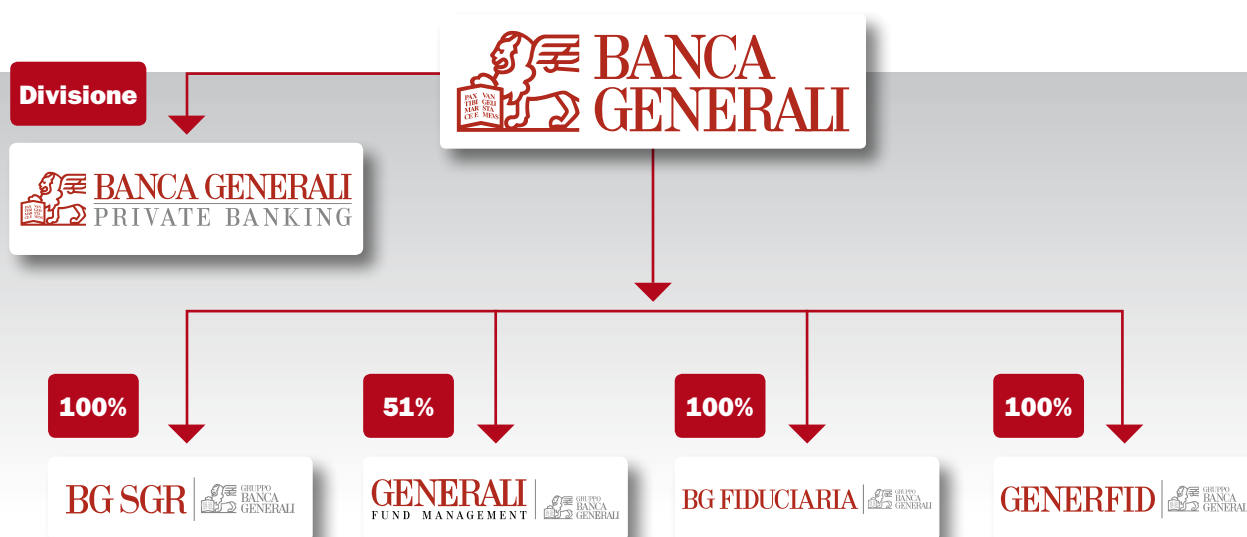
Al **coordinamento** delle attività del gruppo bancario provvede la **Capogruppo Banca Generali**, cui sono affidate le responsabilità di indirizzo generale, di governo e di controllo. Tra i compiti della Capogruppo, inoltre, rientrano: la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza delle attività svolte; la protezione del patrimonio aziendale; la garanzia della stabilità nel tempo dei risultati, nonché della costante conformità alle norme esterne e interne.

L'**attività commerciale è affidata alla rete dei Promotori Finanziari/Private Banker**, che operano fuori sede in forza di un mandato di agenzia senza rappresentanza, e **alle succursali bancarie**, al cui interno opera personale dipendente.

Inoltre, il Gruppo opera per mezzo di specifiche "**società prodotto**" che svolgono un'attività specializzata nell'ideazione di prodotti e servizi di investimento, nonché nell'asset management.

Le società che fanno capo al Gruppo Banca Generali, sono:

- **Banca Generali S.p.A.:** Capogruppo del gruppo bancario, attiva nella distribuzione integrata di prodotti finanziari, bancari e assicurativi per la clientela retail attraverso la rete di Promotori Finanziari, nonché nell'offerta di soluzioni personalizzate per una clientela di tipo private attraverso le reti dei Relationship Manager dipendenti e dei Private Banker Promotori Finanziari;
- **BG SGR S.p.A.:** controllata al 100% da Banca Generali e specializzata nell'attività di istituzione e gestione dei fondi comuni di investimento e nelle gestioni di portafoglio;
- **BG Fiduciaria SIM S.p.A.:** controllata al 100% da Banca Generali e specializzata nei servizi di gestione di portafoglio, sia in titoli sia in fondi, prevalentemente attraverso intestazioni fiduciarie;
- **Generfid S.p.A.:** controllata al 100% da Banca Generali, svolge attività fiduciaria statica ovvero amministrazione di titoli previa intestazione fiduciaria alla società stessa ed esecuzione delle istruzioni impartite dal cliente fiduciante;
- **Generali Fund Management S.A.:** management company lussemburghese dedicata alla gestione delle Sicav lussemburghesi, controllata da Banca Generali al 51%.



Nel corso del 2009 ha preso il via la fase esecutiva di una complessiva operazione di riorganizzazione del Gruppo Banca Generali finalizzata, da un lato, a concentrare le attività di gestione di portafogli svolte da una banca controllata nella società prodotta che ha nell'asset management il proprio *core business* e, dall'altro, a concentrare in un'unica società le attività bancarie del gruppo. Nello specifico:

- in data 1° gennaio 2010 ha avuto efficacia la fusione per incorporazione in Banca Generali di Banca BSI Italia, attuata previo conferimento in pari data, da parte di quest'ultima, del ramo di azienda organizzato per la gestione delle attività di gestione di portafogli in BG SGR;
- a seguito della predetta operazione straordinaria, la struttura organizzativa di Banca Generali è stata rivista con la costituzione della Divisione Private, focalizzata sul segmento private banking, al cui interno operano Relationship Manager dipendenti e Private Banker Promotori Finanziari con mandato di agenzia.

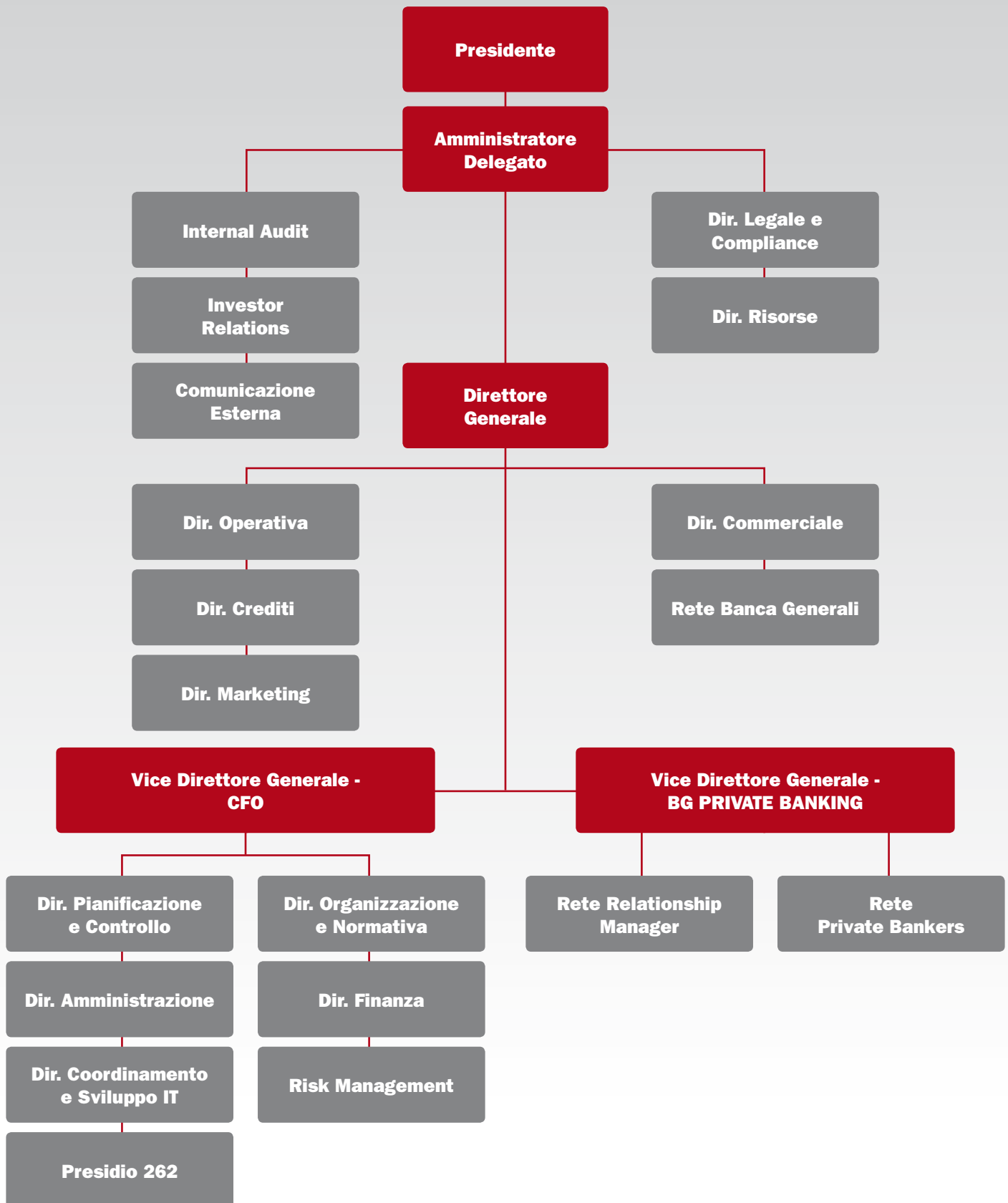
Dopo le suddette operazioni, le linee guida attorno cui si è articolata la struttura organizzativa del Gruppo Banca Generali sono le seguenti:

- (a) accorpamento nelle omologhe strutture della Capogruppo Banca Generali delle funzioni operative e di controllo di Banca BSI Italia, con effetti positivi sull'efficacia, sull'efficienza e sul monitoraggio delle attività da svolgere;
- (b) semplificazione della struttura di governo e coordinamento delle reti commerciali, con allocazione delle stesse a diretto riporto della Direzione Generale di Banca Generali;
- (c) semplificazione informatica e amministrativa, in quanto l'integrazione tra Banca Generali e Banca BSI Italia ha consentito, con la migrazione informatica, la dismissione della piattaforma applicativa di quest'ultima;
- (d) accentramento nella società di gestione del Gruppo in Italia, BG SGR, dell'attività di gestione di portafogli svolta da Banca BSI Italia, stante il ruolo della citata SGR di concentrare la capacità produttiva dell'asset management destinato alla clientela retail all'interno del gruppo bancario e la possibilità di realizzare sia sinergie di costi sia efficientamento dei processi.

La struttura organizzativa della Capogruppo Banca Generali si compone di un'Alta Direzione con:

- un **Amministratore Delegato**, cui è affidata la responsabilità complessiva della Banca;
- una Direzione Generale composta dal **Direttore Generale**, cui è affidata la responsabilità della gestione operativa della banca, e da due **Vice Direttori Generali**, che presiedono le varie Direzioni loro affidate, a loro volta organizzate in Servizi e Unità organizzative.

Tale modello organizzativo consente alle differenti strutture un'efficace gestione delle attività di vendita e delle qualità dei servizi forniti, migliorando il presidio del mercato, segmentato per tipologia di clientela (*affluent e private*).



Il governo societario

ORGANI, COMITATI, ASSEMBLEA

Poiché Banca Generali è una società per azioni soggetta alla legge italiana e una banca soggetta alla disciplina del Testo Unico Bancario (TUB), il suo sistema di governo è fortemente imperniato su tali assunti.

In questo contesto infatti, in un'ottica di rafforzamento di standard minimi di organizzazione e governo societario e al fine di assicurare una "sana e prudente gestione" (art. 56 del TUB), la Banca d'Italia, con il Provvedimento n. 264010 del 4 marzo del 2008 "*Disposizioni di Vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche*", ha delineato un quadro normativo che attribuisce all'organizzazione un ruolo centrale nella definizione delle strategie aziendali e delle politiche di gestione e controllo dei rischi tipici dell'attività bancaria e finanziaria.

Banca Generali, nell'adeguare la propria struttura organizzativa a siffatto quadro normativo, ha inteso perseguire i seguenti obiettivi: (i) chiara distinzione delle funzioni e delle responsabilità; (ii) appropriato bilanciamento dei poteri; (iii) equilibrata composizione degli organi; (iv) sistema dei controlli integrato ed efficace; (v) presidio di tutti i rischi aziendali; (vi) meccanismi di remunerazione coerenti con le politiche di gestione del rischio e le strategie di lungo periodo; (vii) adeguatezza dei flussi informativi.

I principali organi sociali che compongono la struttura aziendale di Banca Generali sono i seguenti:

- A. Consiglio di Amministrazione;
- B. Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- C. Amministratore Delegato
- D. Comitato per le Remunerazioni;
- E. Comitato per il Controllo Interno;
- F. Assemblea dei Soci;
- G. Collegio sindacale.

Devono altresì considerarsi organi sociali la Direzione Generale e i soggetti forniti della rappresentanza legale, nei termini sanciti dallo Statuto sociale.

La struttura organizzativa della società segue il modello di governance tradizionale.

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo cui compete la funzione di supervisione strategica dell'impresa.

Ai sensi di quanto previsto dall'articolo 15 dello Statuto sociale, la società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da un minimo di sette a un massimo di dodici membri, eletti dall'Assemblea dopo averne determinato il numero. I membri del Consiglio di Amministrazione durano in carica per un massimo di tre esercizi, il loro mandato scade alla data dell'Assemblea che approva il bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica e sono rieleggibili.

Attualmente il Consiglio di Amministrazione si compone di 10 membri, di cui 2 sono amministratori esecutivi e 8 non esecutivi, di cui 4 indipendenti. Gli amministratori devono essere scelti secondo criteri di professionalità e competenza, dichiarati nel curriculum vitae, e devono possedere specifici requisiti di onorabilità e, in alcuni casi, di indipendenza, requisito quest'ultimo periodicamente accertato anche dal Collegio sindacale. Essi devono inoltre accettare l'incarico mediante dichiarazione, previa loro valutazione della possibilità di dedicare il tempo effettivamente necessario allo svolgimento diligente dei rilevanti compiti loro affidati e delle conseguenti responsabilità. Ciò tenendo conto, tra l'altro, anche del numero delle cariche di amministratore e/o di sindaco ricoperte in altre società quotate in mercati regolamentati (anche esteri), in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni nonché di altre eventuali attività professionali svolte. Non vi sono, in via generale e preventiva, deroghe al divieto di concorrenza.

In ossequio alle disposizioni della Banca d'Italia, il regolamento sul funzionamento del Consiglio di Amministrazione disciplina nello specifico le modalità con cui il Presidente del Consiglio di Amministrazione svolge la propria attività di coordinamento e garanzia ai fini del regolare funzionamento del Consiglio di Amministrazione e della costante circolazione delle informazioni all'interno di quest'ultimo.



Conseguentemente, al Presidente del Consiglio di Amministrazione di Banca Generali, in aggiunta ai poteri allo stesso assegnati dalla legge e dallo Statuto sociale, sono stati attribuiti poteri inerenti al coordinamento delle attività degli organi sociali, di verifica dell'esecuzione delle deliberazioni dell'Assemblea dei Soci e del Consiglio di Amministrazione e delle determinazioni dell'Amministratore Delegato, di sorveglianza sull'andamento degli affari sociali e sulla loro rispondenza agli indirizzi strategici aziendali.

La funzione di gestione dell'impresa compete all'Amministratore Delegato e alla Direzione Generale.

I Comitati nominati hanno funzioni prettamente consultive e propositive.

Al Comitato per le Remunerazioni, composto da 3 amministratori non esecutivi, in maggioranza indipendenti, è attribuito il compito di esprimere pareri e formulare proposte non vincolanti al Consiglio di Amministrazione in merito al trattamento economico spettante a quanti ricoprono le cariche di Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore Delegato e Direttore Generale, nonché di valutare periodicamente i criteri adottati per la remunerazione dei dirigenti con responsabilità strategiche.

Il Comitato per il Controllo Interno, composto da 4 amministratori non esecutivi e indipendenti, è invece l'organo preposto: ad assistere il Consiglio di Amministrazione nella definizione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno; a esprimersi sull'adeguatezza del sistema dei controlli interni; a valutare il corretto utilizzo dei principi contabili, nonché la loro omogeneità

tra le società del Gruppo; il Comitato per il Controllo Interno esprime inoltre il proprio parere sul piano di lavoro della società di revisione; e vigila sull'efficacia del processo di revisione contabile.

L'Assemblea dei Soci è l'organo che, con le proprie deliberazioni, esprime la volontà degli azionisti. Le deliberazioni adottate in conformità alle disposizioni di legge e di statuto vincolano tutti i soci, compresi gli assenti e i dissenzienti.

Tutti coloro che possiedono azioni ordinarie di Banca Generali, dipendenti inclusi, possono esercitare il proprio diritto di voto e intervenire in Assemblea, sempre che provino la loro legittimazione nelle forme di legge.

Il Collegio Sindacale, nominato dall'Assemblea per un periodo di tre esercizi, è l'organo cui compete la funzione di vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto nonché la funzione di controllo sulla gestione.

Per quanto riguarda il sistema di remunerazione, lo Statuto prevede che a ciascun membro del Consiglio di Amministrazione spetti, oltre al rimborso a piè di lista delle spese incontrate per la partecipazione alle sedute, un compenso annuo lordo fisso.

La remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche e quella di coloro che sono membri di comitati consiliari è stabilita dal Consiglio di Amministrazione, sentito il parere del Collegio Sindacale nell'ambito delle linee guida stabilite dalla politica di remunerazione approvata dall'Assemblea degli Azionisti.

Sistema dei controlli interni

I TRE LIVELLI DI CONTROLLO, GESTIONE DEI RISCHI E PRESIDIO 262

Il sistema dei controlli interni è l'insieme di regole, procedure e strutture organizzative che mirano ad assicurare:

- l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali;
- la salvaguardia del valore del patrimonio aziendale;
- la buona gestione del patrimonio detenuto per conto della clientela;
- l'affidabilità e l'integrità delle informazioni contabili e gestionali;
- la conformità delle operazioni e dei processi alla normativa di etero- e auto-regolamentazione.

Il sistema dei controlli interni del Gruppo Banca Generali è articolato su tre livelli:

- **controlli di linea** (cd. controlli di 1° livello); consistono nelle verifiche svolte da chi mette in atto una determinata attività e da chi ne ha la responsabilità di supervisione (generalmente nell'ambito della stessa unità organizzativa o funzione), ivi comprese le verifiche relative ai presidi per la prevenzione del rischio di non conformità;
- **gestione dei rischi** (cd. controlli di 2° livello); sono affidati a:
 - *funzione di Compliance* al fine di
 - (a) prevenire il rischio di non conformità alle norme dei processi aziendali;
 - (b) vigilare sulle condotte concretamente poste in essere dalle reti distributive dei Promotori Finanziari, dei Private Banker e dei Relationship Manager nel rapporto con la clientela in ragione della preminenza, nella prestazione dei servizi di investimento, della tutela degli interessi dei clienti stessi;

- *funzione di Risk Management* al fine di individuare, misurare, controllare e gestire gli altri rischi (credito, mercato, operativi, strategici, ecc.);
- *funzione di Presidio 262* a cui è affidata la gestione dei rischi specifici di non conformità ai postulati di bilancio;

- **revisione interna** (cd. controlli di 3° livello), affidata alla **funzione di Internal Audit**, che svolge attività di verifica sull'operatività posta in essere dalle unità organizzative aziendali coinvolte nella gestione dei rischi e attività di assurance sul disegno e sul funzionamento dei presidi di controllo di primo e secondo livello.

Tale sistema, definito con le direttive emanate dal gruppo bancario Banca Generali, è parte integrante dell'azienda e sovrintende a tutti i suoi settori e le sue strutture, coinvolgendo ogni risorsa, ciascuna per il proprio livello di competenza e responsabilità, nell'intento di garantire un costante ed efficace presidio dei rischi. Tutte le direzioni e funzioni hanno un proprio ruolo nel verificare le operazioni poste in essere, secondo differenti gradi di responsabilità.

Strutture preposte al sistema dei controlli interni e gestione dei rischi:

ORGANO	COMPITI
Consiglio di Amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> • è responsabile ultimo del sistema • fissa le linee di indirizzo • verifica periodicamente adeguatezza ed efficacia del sistema
Alta Direzione	<ul style="list-style-type: none"> • attua le linee di indirizzo strategiche • verifica nel continuo l'adeguatezza del sistema
Collegio sindacale	<ul style="list-style-type: none"> • vigila sull'adeguatezza e conformità del sistema e sul suo concreto funzionamento
Comitato Controlli Interni	<ul style="list-style-type: none"> • supporta con compiti istruttori, propositivi e consultivi il Consiglio di Amministrazione
Comitato Rischi	<ul style="list-style-type: none"> • assicura presidio coordinato sul sistema di gestione e controllo dei rischi; • affronta specifiche tematiche operative con poteri deliberativi in merito alle misure di mitigazione dei rischi
Presidio 262	<ul style="list-style-type: none"> • indirizza e coordina le attività di gestione del rischio amministrativo e contabile • supporta il Dirigente preposto ex art. 154 T.U.F.
Risk Management	<ul style="list-style-type: none"> • individua, misura, valuta e monitora tutte le tipologie di rischio a cui è esposto il gruppo bancario ad eccezione del rischio di non conformità alle norme
Compliance	<ul style="list-style-type: none"> • valuta l'adeguatezza delle procedure e dei processi aziendali al fine di prevenire il rischio di non conformità alle norme; • vigila sulle condotte concretamente poste in essere dalla rete distributiva
Internal Audit	<ul style="list-style-type: none"> • monitora e valuta l'efficacia e l'efficienza del Sistema dei Controlli Interni

Il **Consiglio di Amministrazione**, nella sua funzione di supervisione strategica, individua gli obiettivi, le strategie, il profilo e i livelli di rischio, definendo le politiche aziendali e quelle del sistema di gestione del rischio dell'impresa, di cui verifica periodicamente la corretta attuazione e la coerenza con l'evoluzione dell'attività aziendale.

L'**Alta Direzione**, nell'ambito dei poteri di gestione alla stessa delegati e in conformità agli indirizzi deliberati dal Consiglio di Amministrazione, dà attuazione alle politiche aziendali e a quelle del sistema di gestione del rischio dell'impresa, nonché verifica nel continuo l'adeguatezza del sistema di gestione dei rischi.

Il **Collegio Sindacale**, nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali di sorveglianza, vigila sull'adeguatezza del sistema di gestione e controllo dei rischi e sulla sua rispondenza ai requisiti stabiliti dalla normativa, nonché vigila, tra l'altro, sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adeguatezza dell'assetto amministrativo, contabile e organizzativo della società e sul suo concreto funzionamento.

Il **Comitato Controlli Interni**, ai sensi del Codice di autodisciplina delle società quotate, è chiamato a svolgere un ruolo di supporto, con compiti istruttori, propositivi e consultivi nei confronti del Consiglio di Amministrazione, nella materia dei controlli interni.

Il **Comitato Rischi** è l'organo aziendale deputato ad assicurare un presidio coordinato del sistema di gestione e controllo dei rischi assunti dal Gruppo e, in tale ambito, ha specifici compiti e responsabilità in materia di monitoraggio dei rischi assunti dal Gruppo; inoltre, discute le specifiche tematiche operative inerenti alla gestione delle misure di mitigazione dei rischi e ha poteri deliberativi in materia di individuazione e gestione delle misure di mitigazione dei rischi.

La funzione di **Presidio 262** svolge il ruolo di riferimento, indirizzo e coordinamento per tutto il gruppo bancario in tema di governo del rischio amministrativo-contabile, ai sensi della Legge n. 262/2005, supportando in tale ottica il *Dirigente Preposto* ex Art. 154 del Testo Unico della Finanza, cui è affidata la gestione dei rischi di non conformità ai postulati di bilancio nell'ambito delle procedure amministrativo-contabili e dei relativi controlli chiave. La Capogruppo ha inoltre implementato, a partire dall'esercizio 2007, un modello di controllo (cd. *FARG - Financial Accounting Risk Governance*) a supporto del *Dirigente Preposto* e finalizzato all'adeguamento alla Legge 262/05, attraverso la mappatura dei principali processi amministrativo-contabili delle società rilevanti del Gruppo, con conseguente rilevazione, formalizzazione e verifica della adeguatezza ed effettiva efficacia dei presidi di controllo posti in essere sugli stessi.

La funzione di **Risk Management** è responsabile di individuare, misurare/valutare e monitorare tutte le tipologie di rischio (escluso quello di non conformità) cui è esposto il gruppo bancario in conto proprio, dandone opportuna informativa e contribuendo alla gestione attiva delle stesse, affinché la rischiosità espressa si mantenga coerente alle strategie e al profilo di rischio definiti dal Consiglio di Amministrazione.

In particolare tale funzione è responsabile di:

- individuare i rischi cui sono esposte in conto proprio tutte le società del Gruppo con particolare focus sui rischi cd. di primo pilastro (mercato, credito/controparte e operativi);
- misurare/valutare i rischi individuati tramite lo svi-

luppo di adeguate metodologie (normativa di riferimento e *best practices* di mercato) e dotandosi degli opportuni applicativi informatici a supporto;

- monitorare i rischi misurati/valutati definendo opportuni limiti operativi, nonché processi e procedure funzionali agli stessi, che mantengano la rischiosità espressa coerente alle strategie e al profilo di rischio definiti dal Consiglio di Amministrazione;
- garantire l'opportuna informativa sui rischi monitorati, definendo un sistema di reporting su più livelli (Alta Direzione, Responsabili di Struttura, Unità organizzative) accurato, completo e tempestivo, che assicuri una gestione attiva dei rischi stessi;
- verificare la coerenza dei modelli di misurazione dei rischi con i processi operativi in essere presso il gruppo bancario, garantendone l'adeguamento all'evolvere del business e dell'operatività;
- verificare nel tempo la tenuta complessiva del modello di controllo adottato (effettuando prove di backtesting), la sua capacità di rispondere all'evoluzione dei rischi (con opportune analisi di stress test che considerino eventi eccezionali, ma plausibili), nonché l'efficacia nel processo di gestione delle eventuali violazioni dei limiti operativi fissati e delle azioni correttive conseguentemente intraprese;
- verificare la coerenza dei sistemi di gestione dei rischi posti in essere dalle società del Gruppo.

La funzione di **Compliance** ha la responsabilità di valutare l'adeguatezza delle procedure, dei processi e dell'organizzazione interna, al fine di prevenire il rischio di non conformità, definito come il rischio di incorrere in sanzioni, perdite patrimoniali o danni alla reputazione o all'immagine derivanti dalla violazione di normative esterne (leggi, regolamenti, provvedimenti delle Autorità di Vigilanza) e di auto-regolamentazione (es. statuti, codici di condotta, codici di autodisciplina).

Tale rischio risulta diffuso a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale, pertanto la sua corretta gestione rappresenta un tema estremamente rilevante e profondamente connesso con l'operatività corrente, con particolare riferimento ai rapporti con la clientela.

Alla funzione di compliance è inoltre affidato il compito di verificare le condotte concretamente poste in essere dalla rete distributiva.

Detta funzione si uniforma al mandato ricevuto dall'organo amministrativo, contenuto nella cosiddetta *Compliance Policy* e nel *Regolamento di Compliance*.

La funzione di **Internal Audit**, dotata di adeguata indipendenza organizzativa, effettua sulla base di un programma di lavoro approvato dal Consiglio di Amministrazione valutazioni sulla funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni, portando all'attenzione del CdA e dell'Alta Direzione i possibili miglioramenti. Il modello e le linee guida dell'attività di auditing sono approvate dal Consiglio di Amministrazione.

In particolare la funzione di Internal Audit è responsabile di:

- controllare e valutare il sistema complessivo di controllo interno adottato dal gruppo bancario, affinché sia adeguato, pienamente operativo e funzionante;
- esaminare le modalità con cui viene condotta la gestione dei rischi, verificando il rispetto dei piani definiti per il contenimento dei rischi stessi ed esprimendo una valutazione sull'idoneità del sistema di controllo interno a conseguire un accettabile profilo di rischio complessivo.

Il Gruppo Banca Generali è dotato di un sistema di gestione dei rischi avente lo scopo di identificare, valutare e controllare i rischi maggiormente significativi cui è esposto, cioè i rischi che, con le loro conseguenze, possono minarne la solvibilità o costituire un serio ostacolo alla realizzazione degli obiettivi aziendali. Detto sistema si propone di raggiungere e mantenere entro un livello accettabile i rischi identificati, nell'ottica di garantire, da un lato, l'ottimizzazione delle disponibilità patrimoniali necessarie per fronteggiare i rischi stessi e, dall'altro, il miglioramento della redditività del Gruppo tenendo conto degli stessi. In termini di adeguatezza patrimoniale, in accordo con quanto stabilito dal Comitato di Basilea (cd. Basilea2) e dalla

normativa comunitaria, nonché in conformità con le disposizioni di vigilanza emanate dalla Banca d'Italia (cfr. Banca d'Italia, Circ. 263 del 27 dicembre 2006 "Nuove disposizioni di vigilanza prudenziale per le banche"), il Gruppo ha definito un processo interno (cd. ICAAP – *Internal Capital Adequacy Assessment Process*) di autonoma valutazione della propria adeguatezza patrimoniale, cioè dell'adeguatezza, in termini attuali e prospettici, del capitale complessivo di cui dispone per fronteggiare i rischi rilevanti cui è esposto e sostenere le proprie scelte strategiche. Tale processo presuppone un solido sistema di governo societario, un'adeguata e chiara struttura organizzativa, nonché la definizione e l'implementazione di tutti i processi necessari per un'efficace identificazione, gestione, monitoraggio e segnalazione dei rischi e la presenza di adeguati meccanismi di controllo interno.

La tipologia dei rischi cui il Gruppo può essere esposto comprende:

- **rischio di credito:** il rischio di insolvenza della controparte, ovvero la probabilità che un debitore non adempia alle proprie obbligazioni o che ciò accada in ritardo rispetto alle scadenze prefissate. In particolare, per rischio di credito si intende la possibilità che una variazione inattesa del merito creditizio di una controparte, nei confronti della quale esiste un'esposizione, generi una corrispondente variazione inattesa del valore di mercato della posizione creditizia;
- **rischio di controparte:** rischio legato all'eventualità che la controparte di una transazione avente a oggetto determinati strumenti finanziari risulti inadempiente prima del regolamento della transazione stessa. Si tratta di una particolare fattispecie del rischio di credito, che genera una perdita se le transazioni poste in essere con una determinata controparte hanno un valore positivo al momento dell'insolvenza; tuttavia, a differenza del rischio di credito generato da un finanziamento, dove la probabilità di perdita è unilaterale, in quanto in capo alla sola banca erogante, il rischio di controparte crea, di regola, un rischio di perdita di tipo bilaterale;



- **rischio operativo:** rischio di subire perdite economiche derivanti dall'inadeguatezza o dalla disfunzione di procedure, risorse umane e sistemi interni, oppure da eventi esogeni. Rientrano in tale tipologia, tra l'altro, le perdite derivanti da frodi, errori umani, interruzioni dell'operatività, indisponibilità dei sistemi, inadempienze contrattuali, catastrofi naturali. Nel rischio operativo è compreso il rischio legale, mentre non sono inclusi quelli strategici e di reputazione;
- **rischio di mercato:** rischio di subire perdite a fronte di variazioni di valore di uno strumento o di un portafoglio di strumenti finanziari connesse a variazioni inattese delle condizioni di mercato (corsi azionari, tassi di interesse, tassi di cambio, prezzi delle merci, volatilità dei risk factor);
- **rischio di tasso di interesse sul portafoglio bancario:** rischio derivante da variazioni potenziali dei tassi di interesse. Tale rischio è generato dalle differenze nelle scadenze e nei tempi di ridefinizione del tasso di interesse delle attività e delle passività del Gruppo. In presenza di tali differenze, fluttuazioni dei tassi di interesse determinano sia una variazione degli utili, e quindi del profitto atteso, sia una variazione del valore di mercato delle attività e delle passività e quindi del valore economico del patrimonio netto;
- **rischio di liquidità:** si manifesta sotto forma di inadempimento ai propri impegni di pagamento, che può essere causato da incapacità di reperire fondi (*funding liquidity risk*) ovvero dalla presenza di limiti allo smobilizzo delle attività (*market liquidity risk*). Nell'ambito dei rischi di liquidità si ricomprende anche il rischio di fronteggiare i propri impegni di pagamento a costi non di mercato, ossia sostenendo un elevato costo della provvista ovvero (e talora in modo concomitante) incorrendo in perdite in conto capitale in caso di smobilizzo di attività;
- **rischio di concentrazione:** rischio derivante da esposizioni verso controparti, gruppi di controparti connesse e controparti del medesimo settore economico o che esercitano la stessa attività o appartenenti alla medesima area geografica;
- **rischio residuale:** rischio che le tecniche riconosciute per l'attenuazione del rischio di credito utilizzate risultino meno efficaci del previsto;

- **rischio di reputazione:** rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da una percezione negativa dell'immagine della società da parte di clienti, controparti, azionisti, investitori o autorità di vigilanza;
- **rischio strategico:** rischio attuale o prospettico di flessione degli utili o del capitale derivante da cambiamenti del contesto operativo o da decisioni aziendali errate, attuazione inadeguata di decisioni, scarsa reattività a variazioni del contesto competitivo;
- **rischio di compliance:** rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, perdite finanziarie rilevanti o danni di reputazione in conseguenza di violazioni di norme imperative (di legge o di regolamenti) ovvero di autoregolamentazione (es. statuti, codici di condotta, codici di auto-disciplina)¹.

Per ciascuno dei rischi elencati, il gruppo ha formalizzato una *policy* che definisce: i principi generali, i ruoli e le responsabilità degli organi aziendali e delle funzioni coinvolte nella gestione del rischio; le linee guida in merito alla gestione del rischio in accordo al proprio modello di business, al proprio grado di rischio accettato (*risk appetite*), al sistema dei controlli interni, al sistema di deleghe definito dal Consiglio di Amministrazione e alle disposizioni dell'Autorità di Vigilanza.

Con riferimento ai rischi operativi, di compliance e reputazionali, particolare rilevanza viene assegnata alle fattispecie di **corruzione, frode, riciclaggio di denaro e finanziamento del terrorismo**, reati disciplinati dalla legislazione nazionale. Ogni singola società del gruppo bancario ha adottato principi e norme procedurali atti a prevenire ed evidenziare tali comportamenti illeciti, applicabili a tutte le unità organizzative interessate nonché portati a conoscenza di tutti i soggetti coinvolti.

In particolare, il tema della corruzione è affrontato nel Codice etico del Gruppo Generali, recepito dal gruppo bancario, dove si afferma esplicitamente l'impegno a mettere in atto tutte le misure necessarie a contrastare tale reato.

Le disposizioni anti corruzione sono estese a tutte le unità interessate e diffuse a tutti i soggetti coinvolti. Hanno ricevuto formazione a riguardo l'85% dei dipendenti e tutti i collaboratori delle reti di distribuzione.

A tale proposito, nelle società del gruppo bancario, è stato adottato e attuato, ai sensi del D.Lgs n. 231/01 e successive modifiche, un modello di organizzazione e gestione che punta, tra l'altro, a prevenire i comportamenti contrari ai principi di correttezza, legalità e trasparenza nella gestione degli affari da parte dei collaboratori, anche al fine di evitare la configurazione della responsabilità amministrativa delle società per i reati commessi dai collaboratori nell'interesse o a vantaggio delle stesse. La corretta comprensione e divulgazione dei contenuti e dei principi informativi di tale modello è assicurata da specifiche iniziative di formazione, erogate in modalità *e-learning* a tutti i dipendenti e Promotori Finanziari. Nel 2009 non risultano episodi di corruzione nel Gruppo Banca Generali.

Il suddetto modello di organizzazione e gestione contempla anche il reato di frode, seppure limitatamente a quello di frode informatica, e i reati di riciclaggio di denaro e finanziamento del terrorismo.

Nel 2009 il Gruppo non risulta essere stato coinvolto in fenomeni di riciclaggio o di finanziamento del terrorismo.

¹ Cfr: Disposizioni di Vigilanza n. 688006 del 10-07-2007 – “La Funzione di Conformità alle norme (Compliance)”.

Codici volontari

Nel perseguire i propri obiettivi di crescita, il Gruppo Banca Generali si mantiene fedele ai principi fondamentali che caratterizzano la sua etica, quali trasparenza, correttezza e imparzialità.

Tali principi sono ribaditi nel Codice etico del Gruppo Generali, adottato dal 2004 e il cui ultimo aggiornamento è stato recepito dal Consiglio di Amministrazione di Banca Generali S.p.A. in data 29 settembre 2010.

Nel Codice etico sono tracciate le linee guida fondamentali, alle quali deve essere improntata la condotta di tutti coloro che operano nel Gruppo, nei rapporti con le diverse categorie di stakeholder considerati: i clienti, gli azionisti, i collaboratori, i partner contrattuali, le società emittenti, la comunità e l'ambiente. A tale proposito, un particolare riferimento va fatto ai rapporti con partiti politici, organizzazioni sindacali e associazioni. Il Gruppo infatti non supporta manifestazioni o iniziative che abbiano un fine esclusivamente o prevalentemente politico, si astiene da qualsiasi pressione diretta o indiretta nei confronti di esponenti politici e non eroga contributi a organizzazioni sindacali o associazioni con le quali possa ravvisarsi un conflitto di interessi.

È previsto che il testo sia redatto in lingua italiana e in lingua inglese e pubblicato nel sito internet istituzionale del Gruppo Banca Generali (www.bancagenerali.com) al fine di garantirne la dovuta diffusione a tutti i soggetti interessati. Sono previsti anche adeguati programmi di formazione per assicurarne la corretta comprensione e attuazione.

Le violazioni del Codice etico, da segnalare per iscritto e in forma non anonima alla funzione Responsabilità Sociale d'Impresa di Assicurazioni Generali S.p.A., sono sanzionate con provvedimenti disciplinari che possono giungere sino all'allontanamento dei responsabili dalla società.

Nel 2009 risultano pervenute alla funzione competente due segnalazioni di presunta violazione del Codice etico con riferimento alla Capogruppo Banca Generali. Entrambe le segnalazioni, sono state ritenute infondate dalla struttura deputata all'analisi delle stesse.

La formulazione del Codice etico sottintende l'esistenza (o l'elaborazione a breve) di specifici codici che – nel rispetto delle normative, delle prassi e della cultura di ciascun Paese – disciplinano più dettagliatamente i rapporti con i principali interlocutori intrattenuiti dalle società del gruppo bancario in tutti i Paesi di operatività. Ne costituiscono esempio:

- a. il **Codice interno di comportamento**, introdotto da Banca Generali in data 20 dicembre 2001 e il cui ultimo aggiornamento è in vigore dal 1° novembre 2009, che, fermo restando quanto stabilito da norme di legge e di regolamento, indica, con integrazioni operative, le regole di comportamento che i componenti gli organi amministrativi e di controllo, i dipendenti, i Promotori Finanziari e tutti i collaboratori sono tenuti a rispettare nella prestazione dei servizi. Tali regole, il cui rispetto è ritenuto inderogabile, sono volte ad assicurare, tra l'altro, che la banca operi nell'interesse degli investitori salvaguardandone, in ogni caso, i diritti. Le regole contenute nel suddetto Codice sono ispirate a principi generali di correttezza, trasparenza e probità nello svolgimento dell'attività bancaria e dei servizi e attività di investimento sanciti anche dal Codice etico;
- b. la **Politica ambientale del Gruppo Generali**, recepita da Banca Generali in data 29 settembre 2010, che si richiama a quanto affermato dal Codice etico in tema di tutela dell'ambiente per definire gli obiettivi che il Gruppo intende perseguire e gli impegni che lo stesso si assume in questo campo.





Rendicontazione economica



La performance economica del 2009

Il Gruppo Banca Generali ha chiuso l'esercizio 2009 con un utile netto di 63,2 milioni di Euro, incrementato di circa 7 volte rispetto al risultato dell'esercizio 2008, e un patrimonio netto pari a 268,5 milioni di Euro. La crescita del risultato rispecchia sia l'andamento positivo dei mercati finanziari registrato durante tutto l'esercizio 2009 sia il significativo sviluppo della clientela e degli *asset under management*.

Il margine di intermediazione è cresciuto rispetto al 31 dicembre 2008 di 89,2 milioni di Euro (53,8%, mentre a perimetro omogeneo +39,8%), passando dai 165,8 milioni di Euro del 2008 ai 255,0 milioni di Euro del 2009, per effetto principalmente della crescita delle commissioni nette (+72,4 milioni di Euro, pari al 64,4%, mentre a perimetro omogeneo +52,1%), e del risultato della gestione finanziaria (+28,8 milioni di euro pari al 369,3%).

Le spese amministrative al 31 dicembre 2009 si sono attestate a 147,1 milioni di Euro, in crescita del 10,9% rispetto all'esercizio 2008 (+1,29% a perimetro omogeneo), con le spese del personale che passano dai 55 milioni di Euro del 2008 (63,4 milioni di Euro a perimetro omogeneo) ai 67,1 milioni di Euro del 2009.

Gli accantonamenti netti ammontano a 15,9 milioni di Euro, in crescita del 18,6% rispetto al dato dell'esercizio 2008, principalmente per effetto dei maggiori accantonamenti inerenti la rete distributiva e il contenzioso.

Il totale complessivo di *asset under management* intermediati dal Gruppo per conto della clientela e raccolti per il tramite della rete dei Promotori Finanziari al 31 dicembre 2009 ammonta a 22,2 miliardi di Euro; inoltre, in aggiunta al suddetto ammontare, al 31 dicembre 2009 si rilevano circa 2,1 miliardi di Euro depositati in risparmio amministrato da società del Gruppo Assicurazioni Generali e 7,1 miliardi di Euro di fondi comuni/Sicav e GPF/GPM gestiti e distribuiti direttamente dalle società di gestione o da soggetti terzi al gruppo bancario, per un totale complessivo pari a 31,4 miliardi di Euro. La raccolta netta realizzata nel 2009 dalla rete di vendita è stata pari a 2,1 miliardi di euro.



Principali indicatori finanziari

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI			
INDICATORI REDDITUALI CONSOLIDATI (milioni di Euro)	31.12.2009	31.12.2008	VAR. %
Margine di interesse	49,3	61,2	-19,5
Commissioni nette	184,7	112,4	64,4
Dividendi e risultato netto attività di negoziazione	21,0	-7,8	369,3
Margine di intermediazione	255,0	165,8	53,8
Spese per il personale	-67,1	-55,0	21,8
Altre spese amministrative	-80,0	-77,5	3,2
Ammortamenti	-5,8	-5,3	8,1
Altri proventi di gestione	3,4	8,8	-61,6
Costi operativi netti	-149,5	-129,1	15,8
Risultato operativo	105,5	36,6	188,0
Accantonamenti	-15,9	-13,4	18,6
Rettifiche di valore	-7,6	-9,1	-17,3
Utile ante imposte	82,1	14,1	482,3
Utile netto	63,2	7,9	696,6
Cost income ratio	56,4%	74,7%	-24,5
EBITDA	111,3	42,0	165,1
ROE	33,11%	4,25%	679,1
EPS – Earning per share (euro)	0,571	0,072	693,0
RACCOLTA NETTA (milioni di Euro) (Dati Assoreti) *esclusa Simgenia	31.12.2009	31.12.2008	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	380	281	35%
Gestioni patrimoniali	168	-1.584	-111%
Assicurazioni/Fondi pensione	805	1.347	-40%
Titoli/Conti correnti	723	642	13%
Totale	2.076	686	203%
ASSET UNDER MANAGEMENT & CUSTODY (AUM/C) (miliardi di euro) (Dati Assoreti)	31.12.2009	31.12.2008	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	5,8	5,6	3,6
Gestioni patrimoniali	3,0	2,7	13,8
Assicurazioni/Fondi pensione	5,9	5,1	14,4
Titoli/Conti correnti	7,5	6,8	10,5
Totale	22,2	20,2	10,0
INDICI DI SOLVIBILITÀ (milioni di Euro)	31.12.2009	31.12.2008	VAR. %
Patrimonio netto	268,5	188,9	42,1
Patrimonio di vigilanza	205,7	175,0	17,6
Excess capital	69,5	59,7	16,5
Tier 1 Ratio (patrimonio base/attività di rischio ponderate)	9,75%	9,04%	7,8
Totale capital ratio (patrimonio di vigilanza/attività di rischio ponderate)	12,08%	12,14%	-0,5
INDICI DI EFFICIENZA DEL PERSONALE (milioni di Euro)	31.12.2009	31.12.2008	VAR. %
Numero dipendenti	773	820	-5,7
Numero Promotori Finanziari/Relationship Managers/Private Bankers	1564	1635	-4,3
Margine di intermediazione/numero dipendenti	0,33	0,20	63,2
Asset under management (AUM)/Nr. Promotori-Relationship Managers-Private Bankers	14,21	12,35	15,0

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione

NOTA METODOLOGICA

Il valore aggiunto è pari alla differenza tra il totale dei ricavi e il totale dei costi per beni e servizi (c.d. consumi) ed esprime il valore della ricchezza che il Gruppo ha saputo produrre e dunque distribuire tra le controparti (stakeholder) con cui si rapporta a vario titolo nella sua operatività quotidiana.

Tra le controparti vi sono, innanzitutto, la rete dei Promotori Finanziari e le risorse umane, che ricevono parte del valore aggiunto aziendale sotto forma di remunerazione diretta o indiretta, ivi inclusa quella legata ai costi della formazione professionale.

Particolare rilevanza rivestono poi gli azionisti, che si attendono un ritorno economico dai mezzi finanziari impegnati nell'impresa, e il sistema Stato – inteso come l'insieme degli enti dell'amministrazione centrale e di quelle locali – al quale confluisce, sotto forma di imposte dirette e indirette, una parte significativa della ricchezza prodotta.

Grande attenzione viene riservata anche ai bisogni della collettività/ambiente, sia attraverso iniziative di beneficenza sia mediante l'impegno in opere di carattere sociale e culturale.

Infine, vi è il sistema Impresa, che deve disporre di un adeguato ammontare di risorse da destinare agli investimenti produttivi e all'operatività quotidiana, così da garantire la crescita economica e la stabilità dell'impresa per assicurare la creazione di nuova ricchezza a vantaggio di tutti gli stakeholder.

Dal punto di vista metodologico, il valore aggiunto si ottiene attraverso una riesposizione delle voci dello schema di conto economico utilizzato nel Bilancio consolidato al fine di evidenziare il processo di formazione del valore aggiunto, nelle sue diverse formulazioni, nonché la distribuzione dello stesso.

I prospetti di determinazione e di distribuzione del valore aggiunto di seguito presentati sono stati, quindi, predisposti sulla base dei dati rilevati dal Bilancio consolidato 2009 e prendendo, come base di riferimento, le linee guida emanate dall'ABI.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il Gruppo Banca Generali ha conseguito nel 2009 ricavi netti per 417,7 milioni di Euro in linea con quanto rilevato a fine dicembre dell'esercizio scorso, mentre la dinamica dei consumi ha registrato una contrazione di 86,3 milioni di Euro rispetto all'esercizio precedente per effetto della contrazione degli interessi passivi.

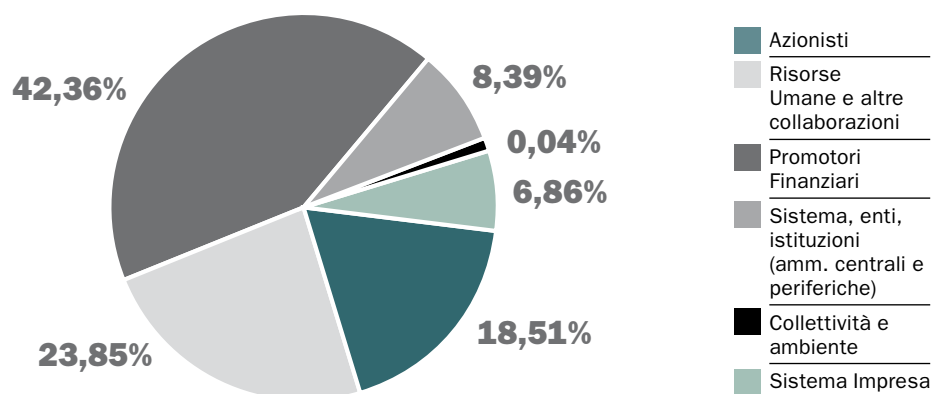
Il valore aggiunto globale lordo, determinato dalla differenza tra l'ammontare totale dei ricavi e il totale dei costi per beni e servizi (c.d. consumi) è risultato pari a 281,2 milioni di Euro. Esso esprime il valore della ricchezza prodotta, che viene distribuita tra le controparti (stakeholder) con le quali il Gruppo si rapporta nello svolgere la propria attività. In particolare:

- le risorse umane (dipendenti e altri collaboratori) hanno beneficiato del 23,85% circa del valore aggiunto globale lordo prodotto, per un totale di 67,1 milioni di Euro, rispetto al 28,7% dell'esercizio precedente;
- i Promotori Finanziari hanno beneficiato del 42,36% circa del valore aggiunto globale lordo prodotto, per un totale di 119,1 milioni di Euro, rispetto al 58,9% dell'esercizio precedente;
- il sistema Stato ha rilevato un afflusso di risorse complessive di 23,6 milioni di Euro, pari al 8,4% circa del valore aggiunto globale lordo (5,4% del 2008);
- il 6,9% del valore aggiunto (3,5% del 2008), pari a 19,3 milioni di Euro, è stato trattenuto dal sistema Impresa sotto forma di utili non distribuiti e di ammortamenti; tale importo è da considerare come investimento che le altre categorie di stakeholder effettuano ogni anno al fine di mantenere in efficienza e permettere lo sviluppo del complesso aziendale;
- gli azionisti hanno beneficiato del 18,51% del valore aggiunto globale lordo, rispetto al 3,5% dell'esercizio precedente, pur mantenendo un adeguato livello di patrimonializzazione della banca. Circa 2,4 milioni di Euro costituiscono l'attribuzione agli azionisti terzi del Gruppo dell'utile di loro pertinenza.

	2009	2008
Azionisti	18,51%	3,45%
Risorse umane e altre collaborazioni	23,85%	28,70%
Promotori finanziari	42,36%	58,91%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	8,39%	5,42%
Collettività e ambiente	0,04%	0,05%
Sistema Impresa	6,86%	3,46%
Totale	100,00%	100,00%

PROSPETTO DI RIPARTIZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO E DELLA SUA DISTRIBUZIONE

VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)	2009	2008
A. TOTALE RICAVI NETTI	417.677	416.918
B. TOTALE CONSUMI	-134.565	-220.900
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA	-	-
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	283.112	196.018
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	281.200	192.140
Ripartito tra:		
1. Azionisti	52.042	6.633
Soci privati	49.695	6.633
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	2.347	-
2. Risorse umane	186.160	168.339
- costo lavoratori subordinati; spese per contratti a tempo indeterminato e determinato	64.678	53.497
- costo Promotori Finanziari	119.104	113.189
- costo altre collaborazioni	2.378	1.653
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazioni centrale e amministrazioni periferiche)	23.590	10.421
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	8.951	8.124
Imposte sul reddito dell'esercizio	14.639	2.297
4. Collettività e ambiente	113	101
Elargizioni e liberalità	113	101
5. Sistema Impresa	19.295	6.646
Variazione riserve	13.516	1.302
Ammortamenti	5.779	5.344
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	281.200	192.140



PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE

VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)		2009	2008
10.	Interessi attivi e proventi assimilati	75.038	177.200
40.	Commissioni attive	318.266	238.653
70.	Dividendi e proventi simili	73.866	35.218
80.	Risultato netto dell'attività di negoziazione	68.398	44.538
90.	Risultato netto dell'attività di copertura	-	3
100.	Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	15.531	1.519
	a) crediti	-602	173
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	16.132	1.692
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	1	-
	d) passività finanziarie	-	-
110.	Risultato netto delle att.tà e pas.tà finanz. valutate al fair value	-	-
220.	Altri oneri/proventi di gestione (5)	3.374	8.890
240.	Utili (perdite) delle partecipazioni	-	- 27
A. TOTALE RICAVI NETTI		417.677	416.918
20.	Interessi passivi e oneri assimilati	- 25.769	- 115.997
50.	Commissioni passive (1)	- 14.433	- 13.110
180.b	Altre spese amministrative (2)	- 70.949	- 69.284
130.	Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	- 7.563	- 9.144
	a) crediti	- 3.341	- 2.079
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	- 4.222	- 7.065
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-	-
	d) altre operazioni finanziarie	-	-
190.	Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	- 15.851	- 13.365
200.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti)	-	-
210.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti)	-	-
260.	Rettifiche di valore dell'avviamento	-	-
B.TOTALE CONSUMI		- 134.565	- 220.900
150.	Premi netti	-	-
160.	Saldo altri proventi/oneri della gestione assicurativa	-	-
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA		-	-
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO		283.112	196.018
250.	Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	-	-
270.	Utili (perdite) da cessione di investimenti	-	- 8
310.	Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	- 1.912	- 3.870
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO		281.200	192.140
	Ammortamenti	- 5.779	- 5.344
F. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO		275.421	186.796
180.a	Spese per il personale (3)	- 186.160	- 168.339
180.b	Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse (4)	- 8.951	- 8.124
180.b	Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità (4)	- 113	- 101
G. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		80.197	10.232
290.	Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	- 14.639	- 2.297
330.	Utile di esercizio di pertinenza di terzi	- 2.347	-
H. RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO		63.211	7.935

NOTE

- (1) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio in quanto i compensi corrisposti alla rete dei Promotori Finanziari sono stati riclassificati tra le "Spese per il personale".
- (2) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio per l'esclusione delle imposte indirette e tasse e delle elargizioni e liberalità (esposte a voce propria).

- (3) Il dato differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio in quanto comprende i compensi corrisposti alla rete dei Promotori Finanziari.
- (4) Dato esposto a voce propria nello schema di determinazione del Valore Aggiunto.
- (5) Il dato 2008 differisce da quello del conto economico esposto nel fascicolo di Bilancio per la riclassificazione a spese per il personale degli oneri di incentivazione all'esodo.



Relazione
sociale

Gli stakeholder



Relazioni con gli stakeholder

INTRODUZIONE

Il Gruppo Banca Generali riconosce come stakeholder tutti coloro che a vario titolo contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi del Gruppo, influenzandone l'attività e consentendogli di competere sui mercati.

Gli stakeholder determinanti per lo sviluppo delle attività e per la crescita durevole del Gruppo possono essere classificati, in funzione della tipologia di interesse e relazione con la Società, in:

- **stakeholder diretti**, comprendenti i dipendenti, le reti di vendita e gli azionisti che a vario titolo sono inseriti nella struttura stessa del Gruppo;
- **stakeholder competitivi**, ossia i clienti, i fornitori, i partner strategici che a vario titolo influenzano i risultati del business;

- **stakeholder socio-ambientali**, quali la comunità e l'ambiente, che sono le realtà esterne nelle quali il Gruppo opera.

**IN UN'OTTICA
DI CRESCITA
SOSTENIBILE
ASSUMONO
PARTICOLARE
IMPORTANZA
IL COINVOLGIMENTO
E IL DIALOGO**

Il coinvolgimento e il dialogo con le diverse categorie di stakeholder sono determinanti per il raggiungimento degli obiettivi prestabiliti e per lo sviluppo sostenibile di tutte le attività del Gruppo Bancario, sia di quelle interne all'organizzazione sia di quelle dirette al mercato di riferimento.

Per maggiori informazioni sulla tipologia, sulla frequenza, sui risultati e sulle criticità di tale coinvolgimento e dialogo, si rimanda alle sezioni che illustrano le relazioni con i singoli stakeholder.





Relazione
sociale

I clienti



I clienti

1. CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA

Dimensione e caratteristiche della clientela

NUMERO CLIENTI E DISTRIBUZIONE PER FASCE PATRIMONIALI		
	N CLIENTI	ASSET UNDER MANAGEMENT (Euro/m)
2008	273.193	17.175
2009	265.099	22.036

Nel 2009 i clienti del Gruppo Banca Generali sono stati oltre 265.000. Si è evidenziata dunque una leggera riduzione del 3% rispetto all'anno precedente, dovuta principalmente alla diminuzione dei clienti residuali a

favore del maggior peso dei clienti *affluent*. Il cambiamento intervenuto nella composizione della clientela ha consentito di aumentare gli asset under management del 28%.

RIPARTIZIONE DEI CLIENTI PER FASCE D'ETÀ				
ETÀ	2008		2009	
fino a 35	22.835	8%	23.783	9%
35 - 50	108.088	40%	105.750	40%
50 - 60	56.917	21%	54.321	21%
60 - 70	43.169	16%	40.851	16%
oltre 70	39.698	15%	37.410	14%
TOTALE*	270.707	100%	262.115	100%

*La differenza rispetto al totale clienti è relativa a clienti per i quali non è disponibile il dato

Oltre il 60% dei clienti del gruppo bancario si colloca nella fascia d'età dai 35 ai 60 anni, ossia la fascia di popolazione che produce reddito e ha disponibilità patrimoniali (mobiliari o immobiliari).

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER AREA GEOGRAFICA				
ZONA	2008		2009	
Centro	57.457	21%	54.187	20%
Isole	13.726	5%	12.673	5%
Nord Est	42.622	16%	42.515	16%
Nord Ovest	111.851	41%	110.857	42%
Sud	46.782	17%	44.149	17%
TOTALE*	272.438	100%	264.381	100%

*La differenza rispetto al totale clienti è relativa a clienti per i quali non è disponibile il dato

Quasi l'80% dei clienti del Gruppo Bancario risiede nelle aree del Centro-Nord e questo dato corrisponde alla distribuzione della ricchezza nel Paese.

2. RELAZIONI CON LA CLIENTELA

La politica di sviluppo dei prodotti e servizi del Gruppo Banca Generali è finalizzata a soddisfare i bisogni dei propri clienti e, più in generale, dei risparmiatori. Il Gruppo si impegna a sviluppare nuovi prodotti e servizi sulla base delle linee guida definite nel Codice etico e nel rispetto dello scenario normativo di riferimento, nonché del profilo di rischio finanziario dei propri clienti.

In un anno come il 2009, caratterizzato da una profonda crisi finanziaria e da grande incertezza tra i risparmiatori, l'innovazione nei prodotti ha mirato in modo particolare alla gestione della liquidità e alla predisposizione di forme di protezione del capitale investito per rispondere ai bisogni di tutela del patrimonio della clientela.

Nuovi prodotti

L'attenzione dedicata alle mutate condizioni del mercato e alle nuove esigenze di protezione del capitale e di gestione del risparmio manifestate ha portato il Gruppo a sviluppare soluzioni diverse e innovative.

A fronte dell'evolversi dei costumi della società e alla sempre maggiore diffusione di internet, sono stati presentati a ottobre 2009 due **nuovi conti correnti online**:

- il **conto UP**, che consente al cliente di scegliere direttamente i servizi desiderati pagando effettivamente solo quelli che sceglie di utilizzare;
- il **conto BG Zero**, che prevede un canone mensile azzerabile all'aumentare dell'utilizzo del conto corrente.

Accanto ai nuovi conti correnti per la gestione della liquidità a breve termine, è stato lanciato anche un prodotto assicurativo specifico nell'ambito della promozione "Sotto il segno delle stelle": la **polizza StarSicuri**, priva di rischi e con limitati vincoli in entrata e uscita, che assicura un rendimento garantito competitivo a tutti i sottoscrittori.

La protezione del capitale è presente anche nella polizza **unit linked Evolution**, caratterizzata da investimenti nei mercati azionari con un approccio *multi-manager*. Nel 2009 in particolare, la polizza è stata caratterizzata per tutto il primo semestre da un'iniziativa promozionale che ha consentito al cliente di chiudere il contratto senza costi, per favorire l'eventuale necessità di disinvestimento, anche parziale, prima della scadenza scelta.

Lo sviluppo di nuovi prodotti del Gruppo Banca Generali non dimentica infine le **categorie sociali più deboli**, con prodotti e iniziative dedicate. In particolare, nell'offerta bancaria sono presenti conti correnti con condizioni dedicate, per associazioni che raggruppano famiglie di disabili (per es. le onlus La Goccia, ANNFASS, L'Anatroccolo) o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare (per es. AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla).

Una descrizione completa e dettagliata di tutti i prodotti offerti alla clientela è disponibile sul sito www.bancagenerali.it.

Tutela del risparmio

Il Gruppo Banca Generali, attraverso l'offerta di polizze assicurative e soluzioni previdenziali, consente ai propri clienti di risolvere contemporaneamente i problemi di protezione del benessere della propria famiglia e quelli legati all'investimento e alla gestione dei risparmi.

La propensione all'**indebitamento delle famiglie** è aumentata negli ultimi anni: si osserva infatti una crescita nell'accensione di mutui e nell'apertura di prestiti personali per far fronte alle esigenze familiari. I relativi impegni economici possono incidere in maniera ancora più gravosa sul bilancio familiare in caso di eventi che riducono le risorse disponibili, come la premorienza del capofamiglia. La sicurezza fisica ed economica rappresentano elementi indispensabili per un'esistenza serena e per garantire un futuro tranquillo.

lo alla propria famiglia. Per tale motivo il Gruppo Bancario ha inserito nella propria offerta prodotti sottoscrivibili non solo allo scopo di semplice investimento, ma finalizzati anche a limitare le conseguenze di simili situazioni di difficoltà.

La gamma di soluzioni assicurative offerte include una **polizza temporanea caso morte, BG Tutela**, che, in caso di decesso dell'assicurato, garantisce la liquidazione di un capitale ai beneficiari designati con un premio annuo minimo di 50 euro.

In aggiunta alle soluzioni assicurative più tradizionali, nello scenario di crisi economico-finanziaria del 2009, il gruppo bancario ha promosso una serie di iniziative a tutela e a supporto dei **piccoli azionisti** e delle **famiglie**.

Nei casi di procedure di amministrazione controllata o fallimento di importanti gruppi internazionali che hanno coinvolto numerosi risparmiatori in Italia e nel mondo, il gruppo bancario ha fornito il supporto necessario per agevolare e semplificare le azioni disponibili per i piccoli azionisti, facendosi promotore, ove possibile, di **iniziative collettive per il recupero dei crediti** (per es. General Motors, Lehman Brothers) o fornendo le necessarie informazioni per intraprendere iniziative individuali (come nel caso del fallimento di alcune banche islandesi) o per l'adesione a offerte di concambio, come nel caso italiano di Alitalia.

Per **favorire e tutelare l'investimento immobiliare** residenziale dei propri clienti, il gruppo bancario, che distribuisce mutui e prestiti ai terzi, ha aderito a una promozione sui mutui a tasso fisso per l'acquisto della casa per tutto il secondo semestre del 2009 e lanciato due polizze ad hoc per la casa, grazie alla partnership con Genertel (Gruppo Assicurazioni Generali).

Politica di servizio alla clientela

Da sempre il Gruppo Banca Generali punta a garantire facilità d'accesso e condizioni convenienti ai propri clienti attraverso tutti i canali disponibili (multicanalità), sia per la ricerca di informazioni sia per l'esecuzione di operazioni.

Accanto alle reti di Promotori Finanziari e Private Banker e alla rete capillare di punti operativi sul territorio (succursali bancarie e agenzie di promotori), i clienti hanno a disposizione un servizio di call centre e siti internet cui possono rivolgersi senza vincoli di orari né logistici.

I **siti internet** (istituzionale di Gruppo e commerciali a livello banca), già attivi da anni a supporto delle attività di informazione e disposizione dei clienti del Gruppo a integrazione dell'attività di consulenza svolta dalle reti, sono stati rinnovati sotto diversi aspetti:

- lo *stile di comunicazione*, per favorire il dialogo tra clienti e banca;
- l'*usabilità*, per rendere più facile la navigazione, semplificare l'operatività e personalizzare la visualizzazione della propria posizione con il Gruppo Bancario;
- la *funzionalità*, per ampliare l'offerta di operatività bancaria;
- la *grafica*, per migliorare l'immagine del brand e rafforzare le caratteristiche distintive delle reti distributive.

Nello sviluppo dei nuovi siti internet grande attenzione è stata posta alla **sicurezza delle operazioni online** e alla prevenzione di attività fraudolente.

A partire dal mese di giugno sono state inviate comunicazioni massive e periodiche ai clienti per assisterli nel passaggio dal sistema di autenticazione della password dispositiva al più sicuro sistema dei codici multipli, con la richiesta della cosiddetta *security card* (di cui si dirà nel seguito del capitolo).

Per facilitare tale richiesta, il gruppo bancario ha peraltro reso gratuita fino a fine anno la sostituzione della security card eventualmente smarrita.

Sui siti pubblici è costantemente tenuta aggiornata un'apposita comunicazione per tutti gli utenti, relativa alla **prevenzione di utilizzi fraudolenti** dei codici di accesso e di episodi di *phishing* (uso illegale di sistemi quali e-mail e **siti web** con lo scopo di carpire dati personali e finanziari per scopi fraudolenti) e *malware* (insieme di programmi che espongono i sistemi informatici a rischi in termini di privacy e di funzionamento del **sistema operativo**) che possano verificarsi nonostante gli investimenti tecnologici e il continuo monitoraggio adottati dal gruppo bancario.

Per migliorare infine il livello di servizio offerto alla clientela sul territorio, è stato esteso l'accordo di materialità a tutte le banche locali del Gruppo Intesa Sanpaolo, grazie al quale i correntisti del Gruppo Banca Generali possono effettuare gratuitamente operazioni di versamento e prelievo presso una **rete capillare di oltre 5.000 sportelli in Italia**.

Il gruppo bancario ha proseguito nello sviluppo della piattaforma *Advisory Workstation*, che, lanciata nel corso del 2008, costituisce un utile supporto per l'attività di pianificazione e consulenza finanziaria svolta a favore dei clienti per il tramite delle proprie reti di Promotori Finanziari. La piattaforma consente di:

- analizzare il portafoglio prodotti detenuto sia con il Gruppo Banca Generali sia con istituti terzi, rispetto al proprio profilo di rischio/rendimento atteso;
- elaborare un portafoglio ottimale rispetto agli obiettivi di rendimento e al profilo di rischio;
- scegliere l'asset allocation di prodotto potendo accedere al più ampio universo possibile.

Nel corso del 2009, in particolare, nella piattaforma sono state introdotte nuove funzionalità quali:

- l'inserimento nell'universo dei prodotti disponibili per l'investimento di oltre 500 fondi comuni di investimento;

- la rendicontazione del portafoglio detenuto presso la Banca e istituti terzi;
- il report sulla view di mercato del Gruppo Generali.

Per garantire al cliente un alto livello di servizio **post-consulenza**, è proseguita anche nel 2009 l'implementazione di nuove funzionalità del cosiddetto sistema di *Gestione Integrata Contratti*, l'applicativo a disposizione delle reti di Promotori Finanziari e Private Banker che, attraverso un sistema di registrazione con codice a barre, mira alla corretta e chiara compilazione della documentazione.

Tale applicativo consente di:

- ridurre al minimo la possibilità di errori di compilazione e anomalie;
- fare un primo passo concreto verso un futuro *paperless*;
- consegnare al cliente un modulo d'ordine chiaro e ordinato.

Per facilitare la comunicazione con la clientela, il canale Private Banking ha a disposizione un **servizio di post-vendita** dedicato, denominato **servizio "Gold"**, che consente, ai Private Banker, di gestire in modo prioritario le richieste di informazioni o di risoluzione di criticità inoltrate dai clienti e, a questi ultimi, di avere un'informazione continua sulla situazione dei contratti e sulla gestione degli investimenti.

Tra le iniziative rivolte a promuovere la **trasparenza** verso i clienti, nel 2009 il gruppo bancario ha avviato un progetto di revisione della reportistica dei prodotti. A fine anno è stato pertanto inviato ai correntisti un estratto conto rinnovato nella veste grafica, con dati di sintesi ben evidenziati e righe a colori alterni per facilitare la lettura, nonché dati (quali i riferimenti telefonici del Promotore Finanziario/Private Banker e della filiale di riferimento o le coordinate del conto corrente) utili per semplificare la richiesta di informazioni e chiarimenti.

Educazione finanziaria

Per contribuire fattivamente alla conoscenza dei clienti e dei cittadini in merito all'offerta di prodotti finanziari e più in generale in ambito economico-finanziario, il Gruppo Banca Generali ha aderito fin dal 2005 al **Consorzio Patti Chiari**, impegnandosi direttamente nei progetti di educazione finanziaria e di comunicazione trasparente delle informazioni per i prodotti più rappresentativi della propria offerta bancaria. Nel 2009, adeguandosi ai cambiamenti organizzativi del consorzio stesso, il Gruppo ha aderito ai cosiddetti *Impegni per la Qualità*, un insieme di iniziative volte a semplificare i rapporti tra le banche e i clienti e dare a quest'ultimi più assistenza e sicurezza. Di conseguenza, per aggiornare la rete di Promotori Finanziari e Private Banker sui nuovi impegni, affinché essi stessi possano essere portavoce del cambiamento verso i clienti, nell'ultimo trimestre 2009 è stato avviato un programma di formazione ad hoc in modalità e-learning realizzato in collaborazione con il Consorzio Patti Chiari.

Sempre con l'obiettivo di favorire la trasparenza e la diffusione della conoscenza su tematiche di carattere **normativo e finanziario**, nella seconda metà del 2009 il Gruppo Banca Generali ha organizzato **convegni** formativi dedicati al tema del rimpatrio dei capitali dall'estero (Scudo fiscale). Dal 14 settembre al 26 ottobre oltre 4.000 persone, tra cui numerosi professionisti, hanno partecipato agli appuntamenti organizzati dal gruppo bancario, che si sono tenuti in 14 capoluoghi nazionali (Padova, Milano, Roma, Firenze, Bologna, Monza, Como, Torino, Napoli, Genova, Bergamo, Trieste, Rimini e Pescara) con la collaborazione di prestigiosi esperti in campo giuridico e finanziario.

Comunicazione di marketing

Le comunicazioni di marketing si informano ai principi contenuti nel Codice etico del Gruppo Generali e alle direttive delle Autorità di Vigilanza, adempiendo agli obblighi di previa comunicazione alle stesse, laddove richiesto dalla normativa. È presente inoltre un'apposita *Compliance Policy del Gruppo Bancario* volta, da un lato, a promuovere una cultura aziendale improntata al rispetto non solo della lettera, ma anche dello spirito delle norme e, dall'altro, ad approntare specifici presidi organizzativi, onde assicurare il rigoroso rispetto delle prescrizioni normative e di autoregolamentazione applicabili. Nel 2009 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti a comunicazioni di marketing delle società del Gruppo.

3. SICUREZZA E PRIVACY

In linea con le varie normative nazionali, vengono adottate dal Gruppo Banca Generali misure tecniche, organizzative e operative atte a garantire la **riservatezza e la sicurezza dei dati personali**, anche sensibili, sia di clienti potenziali ed effettivi sia di altri stakeholder (collaboratori, fornitori e altri). Vengono acquisiti solo i dati personali strettamente necessari all'espletamento dei servizi richiesti e al conseguimento delle finalità dichiarate nelle specifiche informative privacy fornite a tutti i soggetti interessati, prestando particolare attenzione ai dati sensibili, raccolti e trattati solo in caso di effettiva e comprovata impossibilità di avvalersi di dati personali comuni o anonimi.

Tutti i dipendenti e le reti di vendita sono informati sui principi di base e sui loro doveri in relazione alla **protezione dei dati trattati**. Le modalità di **formazione, informazione e aggiornamento** sono molteplici: manuali di istruzione, newsletter, corsi autodidattici in modalità e-learning e di approfondimento in aula, specifiche sezioni privacy presenti sui siti intranet, costantemente aggiornate.

Nell'ottica di garantire un adeguato livello di sicurezza sull'integrità dei dati, l'affidabilità delle informazioni e la segretezza delle stesse, il sistema informativo del gruppo bancario è sotto presidio costante e si avvale di un **piano di disaster recovery** volto a garantire la continuità operativa anche nei casi di elevata instabilità ambientale.

Negli ultimi anni sono state avviate numerose iniziative volte a migliorare i processi di sicurezza e a incrementare le tecnologie, i dispositivi e i protocolli per la realizzazione di contromisure idonee ai rischi attualmente conosciuti.

Per quanto riguarda specificamente il sistema di **Home Banking**, nel corso del 2009 è stato implementato il nuovo sito clienti, che utilizza le migliori soluzioni tecnologiche e i migliori sistemi di salvaguardia dei dati per garantire un alto livello di sicurezza. A ogni accesso alla piattaforma operativa del sito si attiva un collegamento tra il PC del cliente e il sistema banca, garantito dall'utilizzo di un protocollo anti-intercettazioni con chiavi crittografiche fino a 256 bit e certificato Global Trust.

Per gli accessi della clientela tramite i **canali telematici** (internet e call center) è stato adottato un si-

stema a doppio livello di codici che prevede l'utilizzo di un codice identificativo e una password personalizzabile abbinata a una security card con terne dinamiche per la conferma delle operazioni dispositive.

Nell'ambito della prevenzione alle frodi, nel corso del 2009 è stato avviato il progetto di sostituzione delle carte di debito a banda magnetica con quelle adeguate alla nuova **tecnologia microchip**, la cui conclusione è prevista entro il 2010.

Nell'ambito della gestione e del controllo delle attività degli amministratori di sistema, si è ritenuto importante aggiornare la normativa interna al fine di **tracciare** in modo preciso le modalità con le quali vengono assegnate le abilitazioni alle funzioni operative di tutto il personale.

Istanze privacy

Le diverse tipologie di istanze privacy che possono pervenire alla Banca sono: il reclamo, la richiesta di informazione e di esibizione, la richiesta di cancellazione dei dati o trasformazione in forma anonima, le segnalazioni all'Autorità Garante.

- **Reclamo:** segnalazione circostanziata, che riporta i fatti, le norme violate e i provvedimenti richiesti; può essere presentato senza particolari formalità.
- **Richiesta di informazione e di esibizione:** richieste di verifica di esistenza di informazioni all'interno della banca dati.
- **Richiesta di cancellazione dei dati o trasformazione in forma anonima:** richieste che rendono inutilizzabili i dati per fini che non siano strettamente strumentali al rapporto in essere con la banca.
- **Segnalazioni all'Autorità Garante/richieste dal Garante:** ricorsi amministrativi all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali o all'Autorità Giudiziaria Ordinaria e/o di richieste di informazioni pervenute alle società da parte dell'Autorità Garante.

Nel corso del 2009 per l'intero Gruppo Banca Generali sono pervenuti **tre reclami** in materia e **nessuna segnalazione** all'Autorità Garante o richiesta dal Garante.

4. CONTENZIOSO

Al 31 dicembre 2009 Il Gruppo non risultava coinvolto in vertenze legali attive o passive generate dall'attività bancaria.

Nel corso del 2009 il Gruppo ha ricevuto solo una

sanzione monetaria non significativa (per un importo complessivo di 774 Euro) per non conformità a leggi e regolamenti dovuta a ritardi nelle risposte a richieste per indagini da parte delle autorità fiscali.

5. GESTIONE RECLAMI

Conformemente alle normative di settore, con riguardo sia ai servizi di investimento sia ai prodotti e ai servizi bancari, è regolarmente attiva presso Banca Generali S.p.A. l'Unità Organizzativa Reclami, che riceve i reclami che pervengono dalla clientela della Società e provvede alla loro gestione, valutandone la fondatezza.

La normativa di riferimento comprende:

- 1) *Regolamento congiunto della Banca d'Italia e della Consob del 29/10/2007;*
- 2) *Regolamento per la trattazione dei reclami e dei ricorsi in materia di servizi e attività di investimento dell'Ombudsman Giurì bancario;*
- 3) *Regolamento dell'Arbitro Bancario Finanziario;*
- 4) *Disposizioni della Banca d'Italia sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie in materia di operazioni e servizi bancari e finanziari del 18 giugno 2009;*
- 5) *Provvedimento di Banca d'Italia del 29 luglio 2009 in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari e correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti;*
- 6) *Delibera CICR n. 275 del 29 luglio 2008 recante "Disciplina dei sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela ai sensi dell'articolo 128-bis del Decreto Legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni";*
- 7) *D.Lgs. n. 385 del 1° settembre 1993 – Testo Unico Bancario;*
- 8) *Regolamento Consob n. 16763 del 29 dicembre 2008.*

Il cliente può presentare un reclamo per iscritto tramite posta, fax, telegramma, e-mail e mediante consegna a mano presso le succursali, i centri private, gli uffici di rappresentanza o altre sedi della Banca. Le segnalazioni vengono analizzate dall'Unità Organizzativa Reclami, che aggiorna appositi **registri elettronici** per tenere evidenza della documentazione, verificare e monitorare le diverse fasi della gestione in modo da individuare le anomalie più frequenti. La funzione di Conformità alle norme provvede a informare periodicamente gli organi di amministrazione e controllo circa la situazione complessiva dei reclami ricevuti.

Nel corso dell'anno 2009 sono pervenuti **412 reclami** da parte dei clienti della Banca (rispetto ai 514 dell'esercizio 2008), di cui 260 relativi ai servizi di investimento e accessori e 152 relativi a operazioni e servizi bancari.

Il **tempo medio di evasione dei reclami** è stato pari a **49 giorni**, con un miglioramento di 4 giorni rispetto all'anno precedente.

Nel corso del 2009 inoltre Banca d'Italia ha disciplinato, con proprie disposizioni del 18 giugno, il sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie fra banche e clienti denominato **Arbitro Bancario Finanziario** (ABF), istituito con Delibera CICR n. 275 del 29 luglio 2008, al quale tutte le banche e gli intermediari finanziari devono aderire.

Il ricorso all'ABF è gratuito per i clienti, salvo il versamento di un importo quale contributo alle spese della procedura.

Nell'anno 2009, **nessun cliente** della Banca è ricorso all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF).

Nell'ottica di migliorare il servizio alla clientela e di monitorare costantemente le aree nelle quali è possibile intervenire per agevolare le relazioni e i rapporti con gli utenti, Banca Generali ha aderito al **Conciliatore Bancario Finanziario** – Associazione per la soluzione delle controversie bancarie, finanziarie e societarie – ADR (Alternative Dispute Resolution). L'associazione consente di attivare tre tipi di procedure per la risoluzione delle controversie:

- il ricorso all'Ombudsman – Giurì bancario;
- il servizio di conciliazione;
- il servizio di arbitrato.

L'**Ombudsman – Giurì bancario** è un giudice alternativo cui possono rivolgersi i clienti per risolvere

gratuitamente le controversie con la banca, dopo aver presentato reclamo presso l'Unità Organizzativa Reclami della Banca. Dal 15 ottobre 2009 la competenza dell'Ombudsman è limitata alle controversie aventi a oggetto i servizi e le attività di investimento e le altre tipologie di operazioni non assoggettate alla normativa sulla trasparenza bancaria e quindi escluse dal sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie denominato Arbitro Bancario Finanziario (ABF). È possibile prendere visione delle modalità per ricorrere all'Ombudsman – Giurì bancario all'indirizzo internet www.conciliatorebancario.it/ombudsman.html.

Nel corso dell'anno **2009** sono stati presentati **19 ricorsi** all'Ombudsman – Giurì bancario da parte di clienti della Banca, dei quali **6** sono stati accolti.

6. DIALOGO CON I CLIENTI

Nel 2008 il Gruppo Banca Generali ha condotto, con il supporto di una qualificata società di consulenza internazionale, un'indagine di *customer satisfaction* nell'ambito di un più ampio progetto di analisi e sviluppo della clientela.

Obiettivo specifico del progetto è stato quello di analizzare le caratteristiche e le preferenze dei diversi segmenti di clientela per sviluppare l'offerta di prodotti e per disegnare un nuovo modello di servizio multi-canale.

La ricerca è stata condotta attraverso focus group e interviste a 800 clienti del gruppo bancario e ha coinvolto tutte le principali aree di offerta (fondi, gestioni patrimoniali, polizze assicurative, conti correnti e depositi titoli) e tutti i canali distributivi utilizzati (Promotori Finanziari e Private Banker, filiali, internet e call center).

L'analisi si è concentrata in particolare sui clienti cosiddetti "dormienti", ovvero clienti che non avevano investito nell'annualità precedente con il gruppo bancario, e "marginali", ovvero clienti poco attivi, generalmente con un solo prodotto sottoscritto da diversi anni.

I principali risultati dell'indagine hanno messo in evidenza che:

- sia i clienti "marginali" sia quelli "dormienti" hanno espresso un alto livello di soddisfazione nel rapporto con il Gruppo Banca Generali, pari rispettivamente al 63% e al 40%;
- il motivo per cui nell'ultima annualità solo una ridotta percentuale dei soggetti intervistati ha investito con Banca Generali è principalmente costituito dalle scarse disponibilità economiche;

- la maggioranza di clienti “marginali” e “dormienti” ha indicato di preferire il supporto di un consulente professionista (*Advice Seeker*) per definire i propri investimenti finanziari;
- una percentuale ridotta di clienti, per la maggior parte appartenenti al segmento “marginali”, ha dichiarato di utilizzare i servizi offerti via internet e telefono limitatamente alla raccolta di informazioni e al controllo dei risultati.

Nello studio è stata anche sondata la propensione della clientela all'utilizzo di nuovi servizi internet e telefonici; la maggioranza degli intervistati, pari a circa i 2/3, si è comunque espressa a favore del supporto diretto fornito dal Promotore Finanziario e dal Private Banker.

Dai risultati dell'analisi, nel 2009 hanno preso avvio importanti progetti volti a migliorare il servizio offerto alla clientela e a studiare soluzioni atte a risolvere le criticità emerse.

Sono stati sviluppati prodotti appetibili a un pubblico più vasto grazie a particolari caratteristiche, quali: condizioni promozionali per la gestione della liquidità (conto **Active Plus**), rendimenti minimi nel breve periodo (polizza vita **Rialancio Plus**), scadenze trimestrali atte a soddisfare le esigenze di liquidità della clientela (pronti termine **PCT Plus**). Questi prodotti sono stati al centro dell'iniziativa “Sotto il segno del Leone”, dedicata in particolare ai clienti “marginali” e “dormienti”.

È stato implementato un nuovo sito internet con funzionalità aggiornate e ampliate e con nuovi dispositivi per garantire la sicurezza delle operazioni bancarie.





Relazione
sociale

La rete
distributiva



La rete distributiva

1. CARATTERISTICHE FONDAMENTALI

Banca Generali, che identifica nella sua mission la capacità di interpretare e gestire al meglio le esigenze finanziarie e previdenziali di clientela *affluent e private*, mediante l'assistenza di professionisti qualificati (Promotori Finanziari e Private Banker), pone queste figure al centro della propria attenzione.

Coerentemente, il profilo umano e professionale dei collaboratori dedicati al servizio della clientela è assolutamente centrale nel sistema di offerta della Banca, in quanto, pur giovandosi delle più moderne risorse offerte dalla multicanalità – servizi telematici e di call center, oltre a numerosi uffici e filiali sparsi sul territorio – vede nel rapporto consulenziale il cuore della prestazione offerta a una clientela che mostra di preferirlo, anche perchè tendenzialmente presenta istanze complesse, che richiedono soluzioni personalizzate. Per questi motivi viene dedicata una particolare attenzione alla selezione dei candidati e alla successiva crescita qualitativa delle rete di professionisti.

La rete distributiva e consulenziale di Banca Generali è il risultato di un'evoluzione che ha visto negli anni l'aggregazione di diverse reti di Promotori Finanziari e di banche private. In concomitanza con l'inizio del processo di fusione è stato avviato un profondo processo di selezione che ha portato alla graduale fuoriuscita delle professionalità meno adeguate al modello perseguito, in parte compensata dalla contemporanea acquisizione di alcune figure di eccellenza presenti sul mercato dei servizi finanziari, attratte dalla bontà delle scelte operate dalla Banca.

Attualmente, la rete distributiva di Banca Generali rappresenta uno dei punti di riferimento del mercato della promozione e della consulenza finanziaria.



2. DIMENSIONE E COMPOSIZIONE

Tipologia di collaboratori

	2009	2008
Promotori Finanziari	1.266	1.358
Private Banker/Relationship Manager	298	277
Totale Gruppo Banca Generali	1.564	1.635

Come detto, la rete distributiva del Gruppo Generali si compone di due principali categorie di collaboratori, che nel 2008 e 2009 risultano legate a due distinte società:

- i Promotori Finanziari, inseriti in Banca Generali, più votati a relazionarsi con clientela *affluent*;

- i Private Banker (legati alla società sia da contratti di lavoro autonomo – 228 – sia dipendente – 70 –) inseriti in Banca BSI Italia, specializzati nella relazione con clientela Private.

Patrimoni gestiti

Nel 2009, a fronte di una moderata e qualitativa riduzione degli organici, si è registrato un importante incremento sia delle masse gestite per operatore sia della dimensione media del cliente, in entrambi i

casi superiore al 20%. Nel 2009, la raccolta per promotore ha evidenziato valori record, complice anche, nell'ultima parte dell'anno, il cosiddetto Scudo fiscale.

Patrimoni e clienti

	2009	2008
Media clienti per promotore	170	167
Media patrimonio per promotore (€/000)	14.200	11.600
Media raccolta netta per promotore	1.327.472	419.458

3. STRUTTURA ORGANIZZATIVA DELLA RETE

Volendo presentare la rete nel suo complesso, dal momento che la filosofia delle sue due componenti è

comune e condivisa, la sua organizzazione può essere suddivisa in 4 tipologie di ruoli professionali:

RUOLI PROFESSIONALI	2009	2008
Manager di 1° livello	22	20
Manager di 2° livello	51	52
Executive Manager	73	85
Promotori Finanziari/Private Banker	1.418	1.478
Totale Gruppo Banca Generali	1.564	1.635

Nel Gruppo, il numero di manager in senso proprio (Manager di 1° e 2° livello, cioè coloro che coordinano le figure professionali dedicate esclusivamente alla relazione con la clientela) non raggiunge il 5% sul totale della rete, contro il 25%-30% delle reti tradizionali, caratterizzate ancora da un elevato ricorso a strutture piramidali classiche, con forte spinta alla crescita quantitativa ed elevato turnover.

La struttura manageriale di Banca Generali, al servizio di una struttura operativa altamente professionalizzata, rappresenta uno dei punti di forza della rete distributiva e costituisce uno sbocco di carriera su base meritocratica, fondato sulla qualità delle relazioni instaurate, sullo sviluppo di risultati e su solidi skill.

La carriera manageriale è dunque uno dei possibili sbocchi dell'attività, non il principale, ed è caratterizzata dalla valorizzazione del lavoro svolto, dal possesso di specifiche competenze, nonché da una forte dimensione di servizio, oltre che di guida e indirizzo.

4. RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, PER SESSO E PER ANZIANITÀ

La rete ha una distribuzione capillare sul territorio nazionale, con una maggior concentrazione, pari al 60% dell'organico, nelle regioni del Nord rispetto al Centro-Sud, in coerenza con la distribuzione della ricchezza nazionale. La relativamente modesta presenza femminile, pari al 14% del totale, si spiega con il fatto che in questa professione le donne, per altro ancora in

numero minoritario, hanno iniziato ad aumentare solo in anni recenti.

Un rapporto medio di collaborazione superiore a 11 anni testimonia la stabilità della rete e il modesto turnover.

REGIONE	PF	PB	TOT.	% SU TOT.	% DONNE	ETÀ MEDIA			ANZIANITÀ MEDIA DI COLLABORAZIONE		
						M	F	TOT.	M	F	TOT.
Piemonte	93	41	134	8,6%	18,7%	49,5	46,4	48,9	9,8	9,9	9,9
Valle d'Aosta	3	3	6	0,4%	16,7%	50,6	43,8	49,5	7,0	4,4	6,6
Lombardia	203	84	287	18,4%	15,0%	48,8	45,2	48,3	10,8	10,1	10,7
Trentino A.A.	11	0	11	0,7%	0,0%	52,6		52,6	13,8		13,8
Veneto	121	26	147	9,4%	6,1%	49,0	48,1	48,9	11,2	11,8	11,2
Friuli V.G.	56	5	61	3,9%	8,2%	47,6	51,5	47,9	10,4	8,3	10,3
Liguria	65	45	110	7,0%	16,4%	51,2	51,2	51,2	11,2	10,6	11,1
Emilia R.	158	28	186	11,9%	18,8%	50,7	48,2	50,2	12,7	11,1	12,4
Toscana	76	22	98	6,3%	11,2%	49,7	48,6	49,6	10,3	8,2	10,0
Umbria	27	0	27	1,7%	14,8%	47,7	44,6	47,3	15,6	14,2	15,4
Marche	51	0	51	3,3%	13,7%	45,6	43,4	45,3	12,7	14,2	12,9
Lazio	91	23	114	7,3%	25,4%	48,1	45,6	47,4	12,0	12,9	12,2
Abruzzo	24	0	24	1,5%	8,3%	49,8	47,9	49,7	12,8	9,7	12,6
Molise	0	0	0	0,0%							
Campania	124	10	134	8,6%	8,2%	45,8	43,3	45,6	11,8	12,3	11,8
Puglia	70	5	75	4,8%	14,7%	47,1	44,1	46,7	11,4	9,7	11,1
Basilicata	0	0	0	0,0%							
Calabria	26	5	31	2,0%	19,4%	44,0	48,8	44,9	8,7	9,3	8,8
Sicilia	55	0	55	3,5%	7,3%	46,2	43,1	46,0	10,8	12,8	10,9
Sardegna	12	1	13	0,8%	30,8%	45,8	46,5	46,0	11,4	10,4	11,1
	1.266	298	1.564	100,0%	14,4%	48,6	46,6	48,3	11,3	10,9	11,2

5. MULTICANALITÀ DEL SERVIZIO

La situazione logistica della Banca prevede 43 sportelli per garantire alla clientela l'accesso diretto ad alcuni servizi bancari. Presso le succursali bancarie sono presenti anche i Relationship Manager dipendenti, che insieme ai Private Banker seguono la clientela *private*. Agli sportelli bancari si aggiungono i 139 uffici dei Promotori Finanziari in cui si svolge l'attività amministrativa, formativa e informativa della rete e che costituiscono un altro possibile punto di riferimento per la clientela.

Come detto, il vero referente è però costituito dal Promotore Finanziario/Private Banker, che in genere svolge la tipica attività "fuori sede" presso la residenza dell'utente. A completamento dell'approccio multicanale, vi è infine la disponibilità di servizi online e di call center.

REGIONE	SUCCURSALI			UFFICI			TOTALE GENERALE
	PF	PB	TOTALE	PF	PB	TOTALE	
Piemonte	3	1	4	6	7	13	17
Valle d'Aosta					1	1	1
Lombardia	4	2	6	16	3	19	25
Trentino A. A.				2		2	2
Veneto	5	1	6	13	2	15	21
Friuli V.G.	2		2	3	1	4	6
Liguria	3	1	4	10	4	14	18
Emilia R.	4	1	5	15	3	18	23
Toscana	2	1	3	11	2	13	16
Umbria	1		1	2		2	3
Marche				4		4	4
Lazio	2	1	3	3	1	4	7
Abruzzo	1		1	1		1	2
Molise							
Campania	3	1	4	10	1	11	15
Puglia	2		2	6	2	8	10
Basilicata							
Calabria	1		1	3	1	4	5
Sicilia	1		1	5		5	6
Sardegna				1		1	1
	34	9	43	111	28	139	182

Supporti all'attività dei Promotori Finanziari/ Private Banker

Tecnologici

Call
Center
Clienti

Call
Center
Promotori

Internet
Sito Web



Gestione
Automatizzata
dei contratti

Logistici

28

Uffici Private
Banking

43

Filiali
Bancarie

111

Uffici dei
Promotori
Finanziari

3.700

Sportelli *

* Banca Generali detiene accordi di materialità con complessivi 3.700 sportelli facenti capo a Intesa Sanpaolo e BNL BNP Paribas.

6. INCENTIVAZIONE, VALORIZZAZIONE E FORMAZIONE

Elemento base di un valido rapporto nei confronti dei collaboratori è la corretta **valorizzazione dell'apporto individuale** al successo dell'organizzazione.

Dal momento che la quasi totalità, ovvero il 95,5% dei collaboratori della rete è rappresentata da lavoratori autonomi, iscritti all'Albo dei Promotori Finanziari e legati all'azienda da un rapporto di mandato, la remunerazione che ne consegue, correlata a qualità e quantità di attività svolta e definita all'interno di parametri di mercato, realizza nel modo migliore questa finalità.

Il gruppo bancario investe sulla **formazione** dei Promotori Finanziari e Private Banker per garantire il

miglior servizio di consulenza ai propri clienti, sia con una struttura organizzativa interna sia attraverso progetti formativi con primarie società di formazione. L'attività di formazione è realizzata con interventi in aula, seguiti spesso da affiancamenti sul campo, e con interventi di formazione indiretta, grazie a tecniche di formazione a distanza. Per gli interventi formativi su larga scala, il gruppo bancario ha una consolidata esperienza di cosiddetta "formazione formatori", grazie alla quale un gruppo ristretto di figure manageriali appositamente formate è in grado di replicare sul territorio i contenuti formativi del corso per raggiungere in tempi rapidi tutta la rete.

La formazione in aula

	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI		
	2008	2009	VAR %	2008	2009	VAR %
Commerciale	1.772	1.600	- 6%	20.300	23.974	+ 18%
Manageriale	78	51	- 35%	1.896	612	- 68%
Elettiva	225	254	+ 13%	563	3.612	+542%
Totale	-	-	-	22.759	28.198	+ 24%

L'attività di formazione in aula nel 2009 ha coinvolto le reti distributive di promotori finanziari e Private Banker per un totale di quasi 28.200 ore complessive. L'attività prevalente è quella di formazione commerciale delle reti, che nell'anno è stata caratterizzata da interventi su larga scala, riguardanti le principali soluzioni di investimento a disposizione. A fronte di un minor numero di promotori e Private Banker coinvolti, coerente con la riduzione osservata a livello complessivo, è aumentato considerevolmente il tempo dedicato a questo tipo di formazione (+18%).

Rispetto all'anno precedente, il gruppo bancario ha investito molto in termini di ore di formazione dedi-

cate alla cosiddetta **formazione elettiva**, ovvero i "corsi di eccellenza" destinati ai promotori finanziari e ai Private Banker che più si sono distinti per meriti professionali. Il corso più importante in termini di coinvolgimento è stato quello relativo al progetto Sede – Rete, avviato nella prima parte dell'anno e proseguito per tutto il 2009, che ha consentito ai partecipanti di svolgere due giornate di affiancamento rispettivamente presso le sedi di Milano e di Trieste e di accogliere presso i punti operativi scelti alcuni dipendenti, in un'ottica di una maggiore integrazione e conoscenza reciproca tra la sede e la rete.

La formazione a distanza

	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2008	2009	VAR %	2008	2009	VAR %	2008	2009	VAR %
Obbligatoria	1.720	1.537	- 11%	68.047	39.754	- 42%	8.507	4.969	- 42%

La formazione obbligatoria è stata erogata nel corso del 2° semestre 2009 tramite la piattaforma di formazione a distanza messa a disposizione, fin dall'anno precedente, grazie alla collaborazione con l'Università Telematica Unitelma. In particolare, i Promotori Finanziari e Private Banker hanno potuto prepararsi in modalità di auto-formazione sulla normativa ISVAP e sul D. Lgs. n. 231 del 2001.

Il Gruppo Banca Generali ha aderito già nel 2004 alle iniziative legate a EFA (European Financial Advisor), la prima organizzazione non governativa a livello europeo che prevede **standard professionali, etici, di formazione** e di esame approvati dal settore per i professionisti dei servizi finanziari in tutta Europa.

A fine 2009 i Promotori Finanziari e Private Banker certificati EFA nel gruppo bancario erano 254. Nel corso dell'anno Banca Generali ha messo anche a disposizione 20 borse di studio per quei Promotori Finanziari e Private Banker che fossero riusciti a superare l'esame preparandosi individualmente.

7. GESTIONE DELLE VERTENZE

Con riguardo al rapporto contrattuale di natura agenziale che disciplina l'attività dei promotori finanziari di Banca Generali S.p.A., nell'anno 2009 erano in essere **84 posizioni controverse** che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive sia quelle passive.

Le controversie sono in massima parte riconducibili a **rapporti agenziali chiusi** e concernono sia contenziosi proposti dagli agenti con diverse motivazioni

inerenti al rapporto agenziale (presunti mancati riconoscimenti di indennità di cessazione del rapporto o pretese giuste cause di risoluzione del rapporto agenziale intercorso) sia le iniziative della Banca, volte ad accertare giudizialmente, e quindi consentire il recupero, di crediti di varia natura (a titolo di indennità sostitutiva del preavviso, o di anticipi erogati da restituire, ma anche a titolo di risarcimento del danno per condotte illecite o comportamenti comunque non conformi alle disposizioni normative di settore).

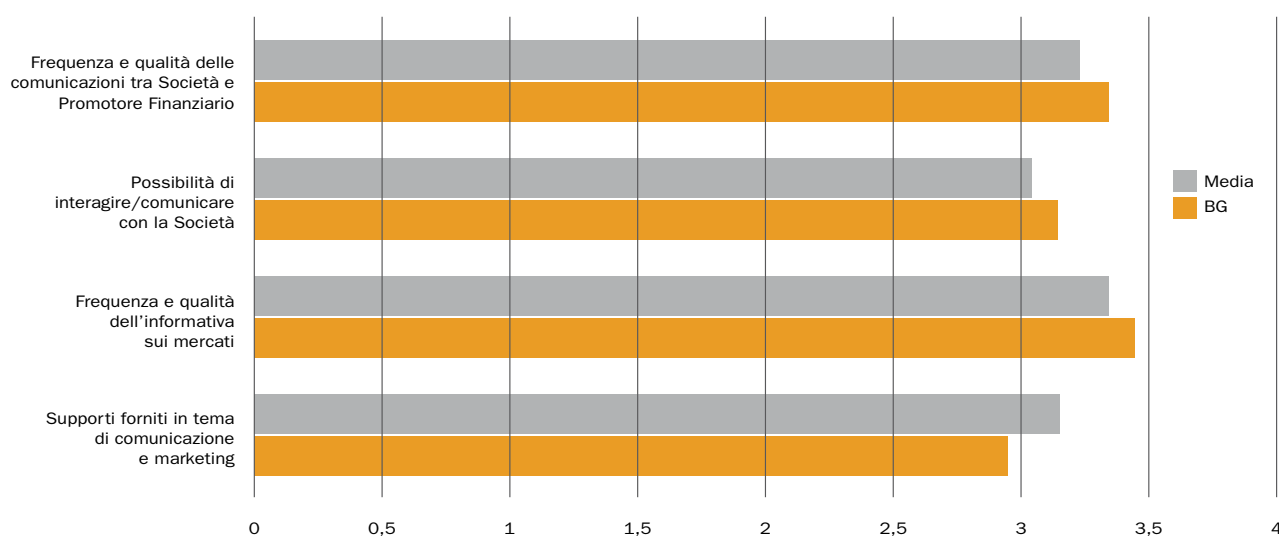
8. DIALOGO CON LE RETI DI VENDITA

Ogni anno una società di ricerca indipendente (GfK Eurisko) conduce un'indagine su un panel di società che rappresentano la componente più significativa del mercato dei servizi e della promozione finanziaria.

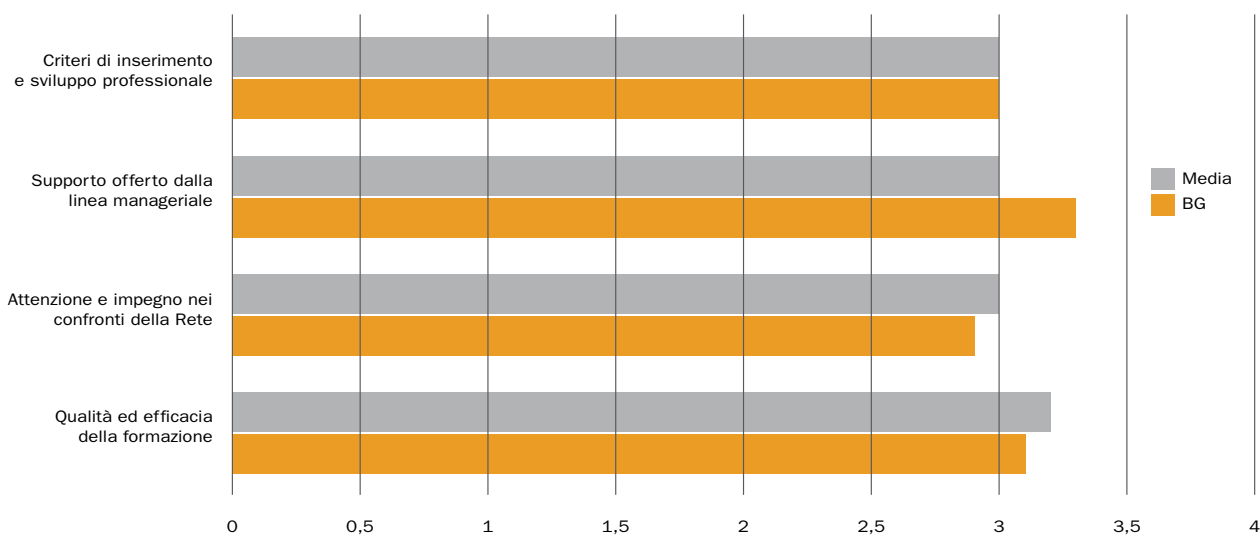
Da tale indagine è possibile desumere il livello complessivo di soddisfazione delle reti del Gruppo Banca Generali verso il mercato di riferimento.

Risultati dell'indagine condotta:

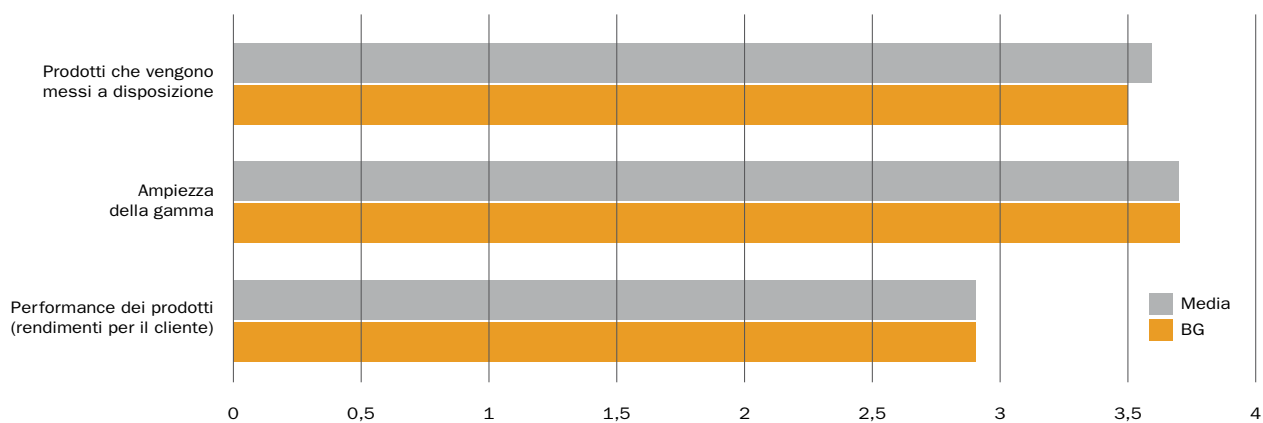
Comunicazione



Sviluppo professionale



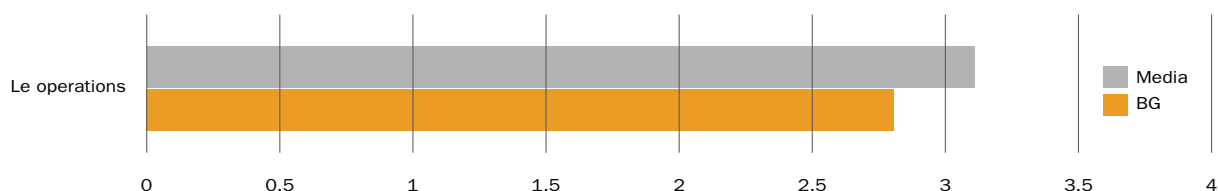
Prodotti



In generale si osserva che, a fronte di una **soddisfazione complessiva molto alta** (3,2 su una scala crescente da 1 a 4), Banca Generali è assolutamente nella media delle migliori società rappresentate, con

alcune significative punte di eccellenza nell'ambito della frequenza e qualità delle comunicazioni, del supporto manageriale offerto e dell'ampiezza della gamma prodotti.

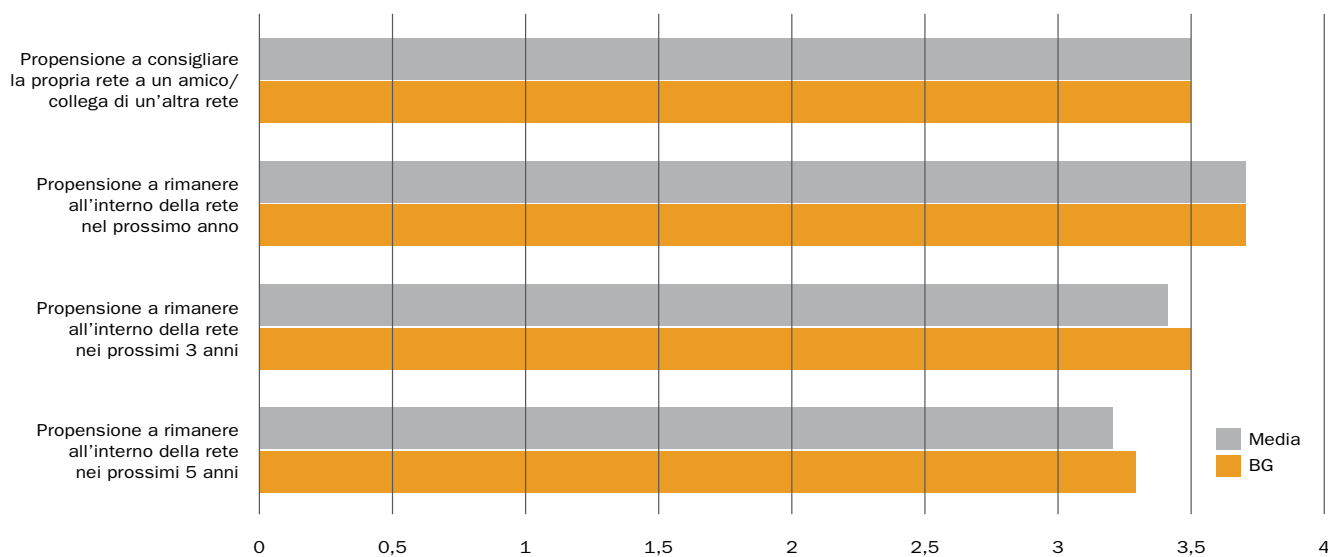
Supporto operativo



I supporti operativi invece sono stati oggetto di una valutazione positiva, ma inferiore alla media del mercato a causa della complessità del pacchetto d'offerta e della piattaforma informatica. La situazione eviden-

ziata dall'indagine è stata oggetto di valutazioni che hanno portato allo sviluppo di soluzioni specifiche per migliorare i processi e per agevolare le attività delle reti del Gruppo nell'utilizzo della piattaforma.

Indice di fedeltà



Le indagini evidenziano anche un indice di fedeltà della rete al Gruppo Banca Generali molto alto; inoltre, nonostante la "mobilità" registrata nel mercato,

la propensione a mantenere il rapporto con il gruppo bancario nel medio e lungo termine è superiore alla media.





Relazione
sociale

Risorse umane



Risorse umane

1. DIMENSIONI E CARATTERISTICHE DELL'ORGANICO

Organico

	2008	2009
BANCA GENERALI	548	582
BG SGR	30	32
BG FIDUCIARIA	10	8
BANCA BSI ITALIA	88	123
SAF	1	3
GFM	15	25
BANCA DEL GOTTARDO	82	0
SIMGENIA	46	0
	820	773

Il decremento del numero dei dipendenti rispetto all'esercizio precedente nella misura di 47 unità è dovuto all'uscita di Simgenia dal perimetro del Gruppo Bancario e alla razionalizzazione delle strutture del Gruppo, principalmente a seguito della fusione di Banca del Gottardo in Banca Bsi Italia.



Composizione percentuale dell'organico per livello

	DIRIGENTI		FUNZIONARI		IMPIEGATI				TOTALE	
	2008	2009	2008	2009	2008	di cui TD	2009	di cui TD	2008	2009
	55	53	190	185	575	74	535	65	820	773
Incidenza %	6,7	6,9	23,2	23,9	70,1	9,0	69,2	8,4	100,0	100,0

La distribuzione dell'organico complessivo per livello non evidenzia sostanziali variazioni per quanto riguarda l'incidenza dei dirigenti e dei funzionari.

La diminuzione osservata nel numero di dipendenti incide principalmente sugli impiegati, in calo del 7% rispetto all'anno precedente.

Donne per livello

	DIRIGENTI		FUNZIONARI		IMPIEGATI				TOTALE	
	2008	2009	2008	2009	2008	di cui TD	2009	di cui TD	2008	2009
	8	8	67	61	355	40	335	31	430	404
Incidenza %	1,9	1,9	15,6	15,1	82,6	9,9	82,9	7,7	100,0	100,0

Le donne rappresentano in media il 52,3% dell'organico complessivo del Gruppo, una percentuale sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente (52,4%).

La presenza femminile interessa tutti i livelli, anche se la parte preponderante delle donne (82,9%) continua a essere inquadrata nel livello impiegatizio.

Dipendenti per tipo di contratto

	FULL-TIME TI		FULL-TIME TD		PART-TIME TI		PART-TIME TD		TOTALE	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2009	2009	2008	2009
	691	658	76	65	48	49	5	1	820	773
Incidenza %	84,3	85,1	9,3	8,4	5,9	6,3	0,6	0,1	100,0	100,0

- Il 91,4% dell'organico del Gruppo è assunto a tempo indeterminato
- I dipendenti part-time sono 50, pari al 6,4% del totale. A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2009 le donne rappresentano pressoché il 100% dei lavoratori part-time.
- Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto, per far fronte a picchi di lavoro e assenze temporanee di personale (maternità, malattia ecc.) o progetti specifici.

Prosegue la tendenza all'aumento dei dipendenti del gruppo bancario in possesso di titoli di studio a livello universitario e post-universitario (42,5% nel 2009).



Personale per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	370	316	291	295	131	134	28	28	820	773
Incidenza %	45,1	40,9	35,5	38,2	16,0	17,3	3,4	3,6	100,0	100,0

La fascia più numerosa continua a essere quella dei lavoratori fino a 34 anni (40,9%), nonostante il passaggio di 54 unità alla fascia d'età successiva.

Complessivamente, oltre il 79% del personale ha meno di 45 anni, con un'età media di 38 anni. La fascia meno numerosa è quella relativa ai dipendenti di età superiore a 54 anni (3,62%).

Personale femminile per fascia d'età

	FINO A 34		35-44		45-54		OLTRE 54		TOTALE	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	213	185	162	161	50	51	7	7	432	404
Incidenza %	49,3	45,8	37,5	39,9	11,6	12,6	1,6	1,7	100,0	100,0

La distribuzione di età delle donne ricalca quella dell'organico complessivo, con pesi ancora più accentuati nelle classi più giovani. La fascia più numerosa, nella quale si colloca quasi la metà della popolazione femminile (45,8%), è quella delle donne sotto i 34 anni.

Complessivamente, l'85,7% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano soltanto l'1,7% della popolazione femminile.

Turnover

	PERSONALE AL 31/12/2008	assunzioni	2009 cessazioni	variazione	PERSONALE AL 31/12/2009
	820	186	233	-47	773
di cui donne	430	80	106	-26	404

Il turnover risulta piuttosto elevato, perché nei dati esposti vengono incluse, oltre alle assunzioni e alle cessazioni dei contratti a termine (comprese le sostituzioni per maternità), anche i trasferimenti da e verso le altre società del Gruppo Generali.

Nel 2009 il tasso di turnover complessivo, calcolato come (assunzioni + cessazioni)/organico medio, è pari a 0,52.

Il tasso di turnover, al netto dei movimenti relativi alla fusione per incorporazione di Banca del Gottardo, è pari a 0,35.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

UOMINI				DONNE				TOTALE
fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale	fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	Totale	
28	56	9	93	44	29	2	75	168

Nel 2009 le cessazioni relative ai soli contratti a tempo indeterminato dovute a pensionamento e dimissioni sono state complessivamente 168, pari al 21,73% del personale, e hanno riguardato prevalentemente uomini (55,4% del totale). Di queste: 25 hanno riguardato trasferimenti ad altre società del Gruppo; 81 sono riconducibili alla fusione di Banca del Gottardo in Banca BSI; 44 sono riconducibili all'uscita di Simgenia dal perimetro del gruppo bancario.

La fascia d'età maggiormente interessata alle cessazioni è quella dei lavoratori con età compresa fra i 35 ed i 54 anni, che rappresentano il 50,6% del totale; il 42,8% delle cessazioni, invece, è relativo ai lavoratori con età inferiore ai 34 anni.

Il turnover negativo, calcolato come numero delle cessazioni nel 2009 su personale complessivo a fine anno, è stato determinato con riferimento al sesso, alle diverse fasce di età ottenendo i seguenti risultati:

- il tasso è pari a 25,2% per gli uomini e 18,6% per le donne;
- il tasso è pari a 11% per i collaboratori di età compresa fra i 35 e 54 anni; a 9% per i collaboratori di età inferiore a 34 anni e 1,4% per quelli con più di 54 anni.

Personale per anzianità di servizio

	< 10 ANNI		> 10 ANNI		TOTALE		anzianità media di servizio	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Totale	759	699	61	74	820	773	5	5
Incidenza %	92,6	90,4	7,4	9,6	100,0	100,0		

Il 90,4% dei collaboratori ha un'anzianità di servizio inferiore ai 10 anni. Ciò è dovuto al fatto che la Società ha iniziato operare solo dalla fine del 1997.

Il personale con anzianità di servizio superiore a 10 anni proviene infatti da società oggetto di operazioni di fusione.



2. POLITICHE PER I DIPENDENTI

In stretto collegamento con gli indirizzi e con le metodiche implementate nel Gruppo Generali, nelle società del Gruppo Banca Generali vengono adottate politiche che pongono le risorse umane al centro delle attività aziendali.

In via generale, il Gruppo Banca Generali rispetta le norme di legge, contrattuali (nazionali e aziendali) e regolamentari che disciplinano il rapporto di lavoro.

I diritti fondamentali dei lavoratori sono sanciti nel **Codice etico del Gruppo Generali**. Il personale viene assunto con regolare contratto di lavoro, non essendo tollerata alcuna forma di lavoro irregolare, di sfruttamento, di lavoro forzato o minorile. Alla costituzione e nel corso dello svolgimento del rapporto di lavoro, i collaboratori ricevono chiare e specifiche informazioni sugli aspetti normativi e retributivi. Inoltre, per tutta la durata del rapporto di lavoro, ricevono indicazioni che consentono loro di comprendere la natura del proprio incarico e di svolgerlo adeguatamente. **La Carta Sociale Europea del Gruppo Generali** ribadisce il riconoscimento dei diritti fondamentali dei lavoratori, fissando inoltre gli obiettivi di sviluppo delle tematiche relative alla tutela delle risorse umane e delle rappresentanze dei lavoratori del Gruppo.

Inoltre il gruppo Banca Generali ha adottato – in linea con quanto avviene nel sistema bancario e recependo il codice di autodisciplina promosso dall'Associazione Bancaria Italiana – un proprio **Codice interno di comportamento**. Tale documento prevede anche che i rapporti tra colleghi e collaboratori avvengano sempre nel rispetto dei principi di lealtà, correttezza e solidarietà.

Politiche di selezione e assunzione

In linea con gli orientamenti del Gruppo Generali, il fattore umano è la risorsa chiave del Gruppo Banca Generali. Per questo motivo la Società, in collaborazione con le strutture di holding del Gruppo, è impegnata a selezionare e mantenere personale particolarmente qualificato.

Il processo di selezione segue i principi di correttezza e imparzialità: i profili professionali dei candidati vengono valutati esclusivamente al fine del perseguimento degli interessi aziendali.

Per ricoprire una posizione vacante si privilegiano le persone già presenti nel Gruppo, che possono autocandidarsi (job posting) o essere individuate dagli uffici preposti alla mobilità.

Ove ci sia la necessità di ricorrere a un profilo esterno, vengono innanzitutto esaminate le candidature dei tirocinanti in stage nel Gruppo e le candidature spontanee arrivate alla società, le segnalazioni di università e istituti post universitari.

Per la selezione di dirigenti ed esperti di settore, è diffuso il ricorso a società specializzate e alla pubblicazione di annunci su giornali e siti internet finanziari.

Per i neolaureati e le risorse con meno di tre anni di esperienza, il processo prevede una valutazione della durata di mezza giornata con prove attitudinali individuali e di gruppo, oltre a un colloquio individuale finale con i manager di linea.

I candidati ideali devono avere, in linea con le competenze fondamentali individuate a livello di Gruppo: una buona preparazione accademica, con voto di laurea elevato e/o una consolidata esperienza in aziende del settore; buona conoscenza delle lingue straniere; buone capacità di problem solving; orientamento al servizio, flessibilità, capacità di lavoro in team e leadership. Il master di specializzazione costituisce titolo preferenziale per le posizioni ad alto valore aggiunto.

Per incontrare e attrarre giovani di valore a supporto del proprio employer branding, il Gruppo Banca Generali:

- partecipa a career day, presentazioni aziendali e recruiting day in cui illustra le opportunità di inserimento e di sviluppo professionale, anche a livello internazionale, nelle diverse società;
- sponsorizza iniziative e collabora con università ed enti che organizzano master post laurea in materie economico/finanziarie.

Per neoassunti di valore vengono organizzati programmi di formazione orientati, inizialmente, a favorire l'integrazione in azienda e la conoscenza del business aziendale e, successivamente, a sviluppare le loro potenzialità, competenze e leadership.

Tra i fattori chiave che inducono i giovani di talento a lavorare per il Gruppo Banca Generali ci sono: gli incentivi finanziari, i benefit aggiuntivi, la reputazione, l'etica e la cultura, l'innovazione, la creatività, le politiche di conciliazione vita lavorativa/vita familiare, la mobilità, la crescita dinamica attraverso la formazione, le opportunità di carriera, gli obiettivi chiari, la sicurezza del lavoro e la positiva atmosfera sul posto di lavoro.

Politiche di remunerazione e incentivazione

Per le posizioni non dirigenziali, la base retributiva di tutti i dipendenti del Gruppo è legata ai contratti collettivi nazionali (CCNL) e al contratto integrativo aziendale.

Sono altresì previsti, per il personale fulltime e part-time con contratto a tempo indeterminato, benefit e sistemi di incentivazione aggiuntivi, finalizzati a valorizzare, su base meritocratica, performance e raggiungimento di obiettivi specifici.

In particolare, il CIA del Gruppo Banca Generali contiene i seguenti istituti a valenza economica:

- **premio di risultato:** è un istituto comune alla generalità dei settori produttivi aziendali e mira a ridistribuire – sulla base di indicatori di bilancio – parte dei risultati economici aziendali. A oggi tale istituto risulta legato a due parametri: redditività (risultato operativo) ed efficienza (cost income ratio);
- **assistenza sanitaria:** con trattamenti differenziati tra la categoria delle aree professionali (impiegati) e dei quadri direttivi, è attiva una serie di garanzie sanitarie (il cui premio è pagato solo dal datore di lavoro) che copre in maniera significativa le seguenti prestazioni: grandi interventi, ricoveri, visite specialistiche, accertamenti diagnostici, spese dentistiche, lenti, medicinali (solo per i quadri direttivi). Tali garanzie sono estese, con specifiche regole, anche ai familiari a carico del dipendente e, a talune condizioni, anche a quelli non a carico. Esiste, inoltre, la possibilità per il dipendente di estendere tali garanzie in termini di prestazioni/massimali, con pagamento di un premio aggiuntivo a suo carico. Sempre ad integrale carico azienda è prevista una polizza infortuni in attività lavorative;
- **previdenza complementare:** in attuazione delle disposizioni legislative che, dal 1993, hanno dato sempre maggior rilievo alla previdenza complementare accanto a quella obbligatoria, i dipendenti hanno titolo ad aderire a fondi pensione aziendali godendo di un contributo a carico del datore di lavoro pari al 3,5% (4,1% dall'1 gennaio 2010) delle voci retributive riconducibili al CCNL;

- **agevolazioni su prodotti di erogazione:** come è prassi nel settore del credito, sono previste condizioni agevolate per finanziare l'acquisto della prima casa, considerato bene di primaria importanza a livello sociale. In aggiunta, il dipendente ha la possibilità di richiedere finanziamenti agevolati per l'acquisto di altri beni e per le necessità familiari.

In media, per i neoassunti il rapporto retribuzione standard (intesa come retribuzione tabellare prevista da CCNL, e includendo i maggiori benefici previsti dalla contrattazione aziendale integrativa)/retribuzione nazionale (da CCNL) è pari al 112%.

In tutte le società del gruppo bancario lo stipendio base d'ingresso per ciascuna categoria di lavoratori è indifferenziato rispetto al sesso (e cioè il rapporto stipendio base d'ingresso delle donne/stipendio base d'ingresso degli uomini è uguale a 1).

Attività di socializzazione e ricreazione

Il Gruppo Banca Generali valorizza lo spirito di appartenenza non solo durante l'attività professionale, ma anche nell'attività di dopolavoro attraverso il Circolo Aziendale del Gruppo Generali. Soprattutto in occasione delle festività natalizie, vengono organizzate feste e momenti d'incontro con consegne di pacchi dono che in alcuni casi offrono lo spunto per iniziative di solidarietà con i più sfortunati (*vedi capitolo Comunità*).

Anche quest'anno la tradizionale Festa del Bambino organizzata dal Gruppo Generali, alla quale il Gruppo Banca Generali ha attivamente partecipato, ha offerto ai genitori coinvolti l'opportunità di devolvere in beneficenza, in tutto o in parte, le somme destinate dall'Azienda ai regali per i loro figli. La generosità di tutti i dipendenti del Gruppo ha consentito di devolvere 40.000 euro a due ONLUS che operano a favore dei bambini in difficoltà.

Annualmente, durante l'incontro istituzionale tra il vertice e i dipendenti, vengono festeggiati i dipendenti che hanno raggiunto importanti traguardi di anzianità aziendale e quelli che sono andati in quiescenza nell'anno trascorso.

Processi di valutazione delle risorse umane

I responsabili esprimono periodicamente una valutazione dei risultati ottenuti dai collaboratori secondo i seguenti parametri: prestazione lavorativa (in termini di rendimento qualitativo e quantitativo, impegno, puntualità e comportamento); sviluppo di conoscenze e competenze; sviluppo professionale, anche raccogliendo osservazioni e suggerimenti per definire i traguardi professionali e gli interventi formativi futuri.

Tutti i funzionari e i dirigenti sono coinvolti in un processo di sviluppo delle competenze di gruppo che, nella fase iniziale, utilizza metodologie strutturate per la rilevazione delle competenze. La fase di rilevazione costituisce il momento iniziale di un processo più ampio che conduce all'identificazione di piani di sviluppo personalizzati sulla base delle esigenze individuali delle persone coinvolte.

Tutti i dipendenti sono valutati annualmente sulla base delle loro performance attraverso un colloquio con i diretti superiori. Durante il colloquio viene analizzato l'eventuale gap tra il profilo desiderato e quello posseduto e vengono pianificate azioni di formazione e sviluppo individuale volte a colmare il gap.

3. PARI OPPORTUNITÀ

Il Gruppo persegue la valorizzazione delle persone, riconoscendo alle differenze il contributo che possono fornire all'organizzazione. L'attenzione e l'impegno verso i collaboratori, considerati capitale strategico sul quale il Gruppo basa il proprio successo, il rispetto della dignità umana, della libertà, dell'uguaglianza, delle pari opportunità nel lavoro e nei percorsi di carriera, senza alcuna discriminazione basata sulla nazionalità, il sesso, la razza o l'origine etnica, la religione, le opinioni politiche, l'età, l'orientamento sessuale, la disabilità, lo stato di salute sono sanciti nel Codice etico del Gruppo Generali.

Nell'ambito dei contratti aziendali del Gruppo si trovano esempi di regole volte a garantire uguale trattamento tra **uomo e donna** nel processo di selezione, formazione, avanzamento delle carriere e retribuzione.

Il rapporto biennale 2008-2009 sulle pari opportunità (L.198/2006, art.46) relativo al Gruppo evidenzia quanto segue:

- 1) al 31 dicembre 2009, su 582 dipendenti totali, 321 erano donne (55,1% del totale). A livello di intero Gruppo Bancario la percentuale di donne rispetto agli uomini è pari al 53,2%. L'incidenza dell'impiego femminile è dunque ampiamente superiore a quella del settore bancario, pari al 42% circa;
- 2) nel corso del 2009 le assunzioni nella Capogruppo sono state 97, di cui 47 riguardanti donne (48,5% del totale); per ciò che attiene le promozioni, 86 in tutto, si segnala che queste hanno interessato 50 donne, pari al 58,1% del totale. Sempre nel 2009, i contratti a termine trasformati a tempo indeterminato sono stati 26, di cui 19 relativi a donne (73% del totale).

Per quanto riguarda le pari opportunità per i diversamente abili, vengono rispettate e attuate le normative nazionali che tutelano tale categoria.

In particolare, presso l'unità produttiva di Trieste della Capogruppo Banca Generali è attiva una convenzione con il competente ente pubblico per l'inserimento mirato di dipendenti disabili, al fine di creare le condizioni per una migliore e proattiva collocazione lavorativa nel rispetto delle problematiche degli interessati.

In termini generali, gli edifici ove hanno sede le società del Gruppo sono oggetto di costante verifica per la più puntuale messa a norma rispetto a vincoli architettonici e a postazioni di lavoro. Le principali sedi di lavoro hanno nelle immediate vicinanze parcheggi riservati ai disabili.

Al 31 dicembre 2009 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 32.

Politiche di conciliazione vita lavorativa – vita familiare

Al fine di conciliare il più possibile gli impegni lavorativi con le esigenze personali e familiari, le attività aziendali, escluse quelle a contatto diretto e quotidiano con la clientela, sono organizzate in modo tale da consentire ai dipendenti di usufruire di orari di lavoro elastici in entrata, ferma restando l'applicazione della normativa nazionale e aziendale in materia di ferie, permessi, riduzione dell'orario di lavoro.

I dipendenti che svolgono attività a contatto con la clientela che richiedono il rispetto di orari di lavoro rigidi possono usufruire di una riduzione dell'orario di lavoro settimanale o ricevere specifiche indennità economiche.

In considerazione delle caratteristiche della popolazione aziendale in termini di genere ed età, già nel 2005 è stato definito con le organizzazioni sindacali un dettagliato accordo per la concessione del part-time legato alla nascita (o all'adozione) di figli. In generale, in azienda c'è un'accentuata sensibilità verso le richieste di part-time/riduzione di orario/flessibilità per gravi motivi personali e familiari.

Tutti i dipendenti del Gruppo Banca Generali hanno diritto ad assentarsi dal lavoro nei termini previsti dalla legge e dalla contrattazione nazionale e aziendale. A tale proposito, si evidenzia che a livello aziendale, mediante accordi sindacali, sono stati riconosciuti ai lavoratori permessi retribuiti per prestazioni sanitarie (analisi o visite mediche) che non possano essere usufruite al di fuori dell'orario di lavoro.

Si segnala anche l'importanza della "banca ore" quale strumento di flessibilità della prestazione lavorativa. In concreto, tale istituto, previsto dal CCNL credito, prevede che le prime 50 ore di maggiore prestazione su base annua diano luogo a recuperi – previo preavviso – senza necessità di specifiche causali. Tale limite può essere innalzato sino a 100 ore annue a scelta del dipendente. Superati questi limiti, le ore di maggiore prestazione sono retribuite.



4. SALUTE E SICUREZZA NELL'AMBIENTE DI LAVORO

Il Gruppo Banca Generali considera l'integrità fisica dei propri collaboratori un valore primario; per tutelarla, garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale in ambienti di lavoro sicuri e salubri, conformi alle norme vigenti in materia di sicurezza e salute.

Strutture e compiti

La funzione Prevenzione Rischi di Gruppo di Assicurazioni Generali ha la responsabilità e la competenza per individuare e valutare tutti i rischi presenti nelle Sedi del Gruppo Generali sulla base della conoscenza dell'organizzazione aziendale. Tale funzione, perciò, ha il compito di proporre le adeguate misure preventive e protettive per il miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori, così come prescritto dal D. Lgs n. 81/2008, meglio noto come Testo Unico per la sicurezza sul lavoro. In tale veste, la funzione Prevenzione Rischi di Gruppo è preposta a garantire il rispetto del principio espressamente indicato nel Codice etico. Nel corso del 2009, durante la ristrutturazione dell'edificio direzionale di Banca Generali a Trieste (Corso Cavour 5/a) e di alcune succursali bancarie sul territorio, con la collaborazione della citata funzione Prevenzione Rischi di Gruppo, sono stati adottati tutti i criteri previsti dalle vigenti normative in materia della prevenzione e protezione sul luogo di lavoro, utilizzando un modello omogeneo relativo alle postazioni di lavoro e al comfort degli ambienti.

Dall'agosto 2009 sono stati eletti 6 rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) per le aziende del gruppo bancario e sono stati individuati i preposti per tutte le sedi del gruppo bancario.

Nelle sedi direzionali a Milano e a Trieste sono presenti le "squadre di emergenza", composte da un numero – proporzionato alla dimensione delle diverse sedi – di colleghi volontari opportunamente formati e addestrati sia al primo soccorso sia all'antincendio.

Tutte le sedi sia direzionali sia succursali sono dotate di cassette o di pacchetti di medicazione.

Tutti i dipendenti vengono formati e informati sulle disposizioni in vigore, sulla prevenzione dei rischi e sul comportamento da tenere in caso di emergenza e incendio attraverso materiale divulgativo di vario genere (brochure, corsi in e-learning e intranet aziendale).

Per i lavoratori che operano presso le succursali bancarie è previsto uno specifico programma di informazione e formazione che comprende: le disposizioni aziendali sui comportamenti da tenere in caso di rapina e di gestione del post-rapina, l'opuscolo informativo ABI sulla sicurezza degli operatori di sportello in relazione al rischio rapina disponibile sull'intranet aziendale, la distribuzione del volume *Antirapina – Guida alla sicurezza per gli operatori di sportello* edito dall'ABI, l'erogazione in modalità e-learning di un corso formativo relativo alla modalità di gestione dell'evento rapina.

In tutte le sedi, per legge, è vietato fumare.

Sicurezza fisica

Nelle aree esposte al rischio di aggressione alle persone e ai beni in esse presenti, vengono adottate specifiche misure di prevenzione e deterrenti anticrimine.

Tali misure si sostanziano in sistemi di controllo degli accessi, sistemi d'allarme e impianti di videosorveglianza per le sedi di Milano e Trieste.

Presso le succursali bancarie, in aggiunta a quanto detto, vengono adottati sistemi di sicurezza attiva e passiva (per esempio: bussole interbloccate a protezione degli ingressi) e misure organizzative, quali apposite disposizioni per la gestione delle giacenze, delle casseforti, delle chiavi, degli impianti e degli apparati di sicurezza.

Per quanto concerne lo specifico "rischio rapina", presso le succursali bancarie le misure di tutela anticrimine si ritengono adeguate, in termini di rischio, quando sono presenti almeno quattro sistemi o dispositivi di sicurezza, così come indicato nei *Protocolli di intesa al fine di prevenire la criminalità in banca* siglati fra le Autorità di Pubblica Sicurezza, ABI e le banche.

Da segnalare inoltre la collaborazione con le Forze dell'Ordine, anche attraverso la sottoscrizione di Protocolli d'Intesa, finalizzata a conoscere il fenomeno della criminalità locale per individuare le misure più adatte a fronteggiarlo.

Nel corso del 2009 nessun succursale bancaria è stata oggetto di rapina.

Programmi

Nel 2009, il 39% del personale è stato sottoposto ai controlli periodici sulla salute previsti dalla normativa vigente; tali controlli comprendono in particolare il controllo oculistico e quello dell'apparato muscolo-scheletrico in applicazione del protocollo sanitario adatti ai videoterminali. Sono state complessivamente effettuate 290 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del gruppo bancario. I risultati derivanti da tali visite evidenziano in netta prevalenza giudizi di idoneità senza alcuna prescrizione e/o limitazione. Le sessioni formative in modalità e-learning sul tema tutela della sicurezza e salute durante il lavoro hanno coinvolto il 96% del personale dipendente del Gruppo.

Tramite la sezione dell'intranet aziendale relativa alla prevenzione dei rischi e l'opuscolo in essa disponibile, tutti ricevono formazione e informazione sui comportamenti relativi alla sicurezza e sulle posture da adottare sul posto di lavoro.

Il Gruppo Generali continua a intervenire sul patrimonio immobiliare anche per il tramite di esperti in ergonomia, al fine di mantenere l'organizzazione delle sedi di lavoro sempre adeguata a tutelare la sicurezza dei lavoratori, rendere più confortevoli le condizioni di lavoro e accrescere l'efficienza e l'affidabilità dei sistemi uomo-macchina.

Il costo complessivo sostenuto dal gruppo bancario nel 2009 per la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori – che comprende i costi per la sorveglianza sanitaria, i costi di formazione in aula per gli addetti al primo soccorso e all'antincendio (328 ore) e per i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (192 ore), i costi per le dotazioni delle squadre di emergenza ecc. – ammonta a circa 100.000 Euro.

Nel 2009 si sono verificati in tutto 3 infortuni (2 in itinere e 1 sul luogo di lavoro), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Il tasso di assenteismo nel 2009 è stato pari al 19,52%, così ripartito:

- 10,84% per ferie;
- 0,27% per assenze retribuite (tra queste sono comprese anche: 0,20% per congedo matrimoniale e 0,02% per permessi studio);
- 0,39% per assenze non retribuite (tra queste sono comprese le causali di aspettativa non retribuita);
- 4,70% per maternità (tra queste sono comprese, oltre alla causali di maternità e di congedo parentale, anche le assenze retribuite per aspettativa malattia figlio);
- 3,32% per malattia ed infortunio.

Nel 2009 il tasso di assenteismo per infortunio, calcolato come rapporto tra giorni di assenza per tale causale e numero totale di giornate lavorative nell'anno, è in media pari allo 0,04% mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) scende allo 0,02%.

5. RELAZIONI INDUSTRIALI E SINDACALI

Nel Gruppo vengono osservati puntualmente i diritti e le libertà sindacali, sia per quanto riguarda le organizzazioni sindacali (aziendali e territoriali) sia per quanto riguarda i singoli dipendenti.

A fine 2009 il tasso di sindacalizzazione (dipendenti iscritti a sigle sindacali) era pari al 39%. Al 96,8% dei dipendenti si applica la legislazione sociale e nazionale e le previsioni del CCNL Credito ovvero Dirigenti Credito. L'unica eccezione riguarda i dipendenti di Generali Fund Management.

In merito all'attività sindacale, particolare menzione spetta alle disposizioni del CCNL Credito che prevedono un sistema di relazioni sindacali articolato mediante incontri annuali (ed eventualmente semestrali) di informativa e confronto tra azienda e rappresentanze sindacali aziendali sui seguenti aspetti:

- prospettive strategiche (andamento economico e di business, principali dati di bilancio, nuovi mercati/prodotti);
- profilo strutturale (dati sul totale dei dipendenti e principali dinamiche occupazionali/gestionali);
- qualità delle risorse umane (dati/informazioni sui processi di valutazione delle prestazioni, sugli interventi di merito, sulla formazione erogata).

Accanto a tali occasioni di informativa, il Gruppo Banca Generali ha attivato nel corso del 2009 le procedure di legge e contrattuali previste per la fusione per incorporazione di Banca BSI Italia in Banca Generali, nonché per lo scorporo del ramo di wealth management della predetta BSI in BG SGR.

Questo tipo di cambiamenti organizzativi possono essere attuati solo dopo l'esaurimento delle apposite procedure di confronto sindacale della durata massima di 45 giorni ovvero di 50 giorni, in caso di tensioni occupazionali.

Per quanto riguarda le ricadute sui dipendenti, le suddette operazioni societarie sono state gestite anche nel rispetto dei principi enunciati dal Codice etico e dalla Carta Sociale Europea in precedenza ricordati e mediante le prassi gestionali adottate a livello di Gruppo Generali. In particolare, in presenza di una significativa riorganizzazione aziendale con tensioni occupazionali, si è concordato con le organizzazioni sindacali di ridurre i conseguenti impatti mediante incentivazioni consensuali all'esodo per i dipendenti prossimi alla pensione, blocco del turnover, mobilità interna tra mansioni professionalmente equivalenti e ricollocazione presso altre aziende del Gruppo Generali.

Si segnala che a fine 2009 è stata presentata da parte sindacale la richiesta di rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale e dei relativi accordi a latere. La trattativa è stata conclusa nel corso del primo semestre 2010 con miglioramenti per i dipendenti sui seguenti aspetti più significativi:

- premio di risultato;
- welfare (assistenza sanitaria, polizza infortuni, previdenza integrativa);
- orari di lavoro;
- concessione del part-time.

6. FORMAZIONE

Il Gruppo Banca Generali considera l'apprendimento e lo scambio di conoscenze fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi strategici focalizzati sulla creazione di valore per tutti gli stakeholder: rafforzamento della governance, miglioramento operativo attraverso le sinergie di gruppo, attenzione alla qualità del servizio al cliente.

Per questo motivo, il Gruppo progetta e sviluppa programmi di formazione appositamente studiati per intercettare le specificità del business creditizio e della promozione finanziaria con progetti rivolti sia ai dipendenti sia alla rete di vendita.

I principali programmi sviluppati nel 2009 sono stati: **affiancamenti Sede-Rete; E-mail, le nostre 7 regole; formazione normativa.**

Affiancamenti Sede-Rete – pensato per avvicinare il mondo dei promotori finanziari a quello dei colleghi delle sedi centrali di Milano e Trieste. Il programma è articolato in alcune giornate durante le quali i promotori affiancano i colleghi delle sedi direzionali durante le attività quotidiane e altre nelle quali i colleghi di sede si recano presso gli uffici dei promotori affiancandoli in una giornata-tipo.

E-mail, le nostre 7 regole – progetto che ha come obiettivo la comunicazione efficace attraverso l'utilizzo della posta elettronica. Nel 2009 è stata realizzata la progettazione del percorso e sono state effettuate interviste al top management e alcuni focus group che hanno portato alla definizione in dettaglio del corso.

Formazione normativa – la peculiarità del settore nel quale il gruppo bancario opera ha richiesto una attenzione particolare ai programmi formativi sulla regolamentazione del mondo bancario e finanziario. Nello specifico sono stati erogati dei corsi sul tema della valutazione delle operazioni sospette e di verifica della clientela nel valutare il rischio relativo ad attività di riciclaggio sulla scorta del Decreto Legislativo 231/07.

Il Gruppo Banca Generali si avvale dei servizi di **General Group Innovation Academy (GGIA)** – la Corporate University del Gruppo Generali – che risponde ai bisogni di crescita professionale con attività di formazione allineate alle strategie del Gruppo.

GGIA supporta con approccio consulenziale l'attività formativa di tutte le società del Gruppo Generali operanti in Italia e organizza iniziative internazionali di formazione e scambio di conoscenze per collaboratori provenienti da tutto il Gruppo.

La formazione 2009 in cifre

L'attività svolta a livello di Gruppo Banca Generali nel campo della formazione nel 2009 si può riassumere come segue:

- l'investimento in formazione è stato pari a oltre 250.000 Euro;
- le ore di formazione complessivamente erogate sono state quasi 6.000;
- è stato coinvolto in attività di formazione quasi il 100% del personale dipendente e della forza vendita non dipendente.

Numero medio di ore di formazione per livello di lavoratori

DIRIGENTI	9,90
QUADRI	11,80
AREE PROFESSIONALI	13,00
FORZA VENDITA DIPENDENTE	6,00

	GRUPPO BG	BENCHMARK ASTD
	2009	2009
SPESA MEDIA ANNUA PER COLLABORATORE	128,29	1.065,7
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER COLLABORATORE	9,90	44,5
INVESTIMENTI IN FORMAZIONE/RETRIBUZIONI	0,35%	2,2%
COSTO MEDIO ORARIO DELLA FORMAZIONE (EURO)	14,00	30,6

7. COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI

Nel Gruppo Banca Generali vengono periodicamente condotte indagini sul clima aziendale e altre forme di dialogo con i dipendenti.

Viene svolta anche attività di coinvolgimento dei collaboratori finalizzata a costruire una cultura e un'identità d'impresa.

Inoltre, per il dialogo e la comunicazione interna con tutti i dipendenti del Gruppo si utilizzano i canali informativi dedicati, quali il Portale HR e Generali Group Reporters e le newsletter, che raccolgono e diffondono le notizie su eventi, progetti e note organizzative del Gruppo Banca Generali e di tutte le altre compagnie del Gruppo Assicurativo.

Indagini e altre forme di dialogo

Il Gruppo Banca Generali dedica attenzione ai propri collaboratori, partecipando attivamente alle iniziative di rilevazione del clima aziendale promosse periodicamente dal Gruppo Generali.

Inoltre, in occasione delle festività di fine anno, i vertici del gruppo bancario incontrano tutti i dipendenti in due meeting (a Milano e a Trieste), durante i quali l'Amministratore Delegato e il Direttore Generale tracciano un bilancio dell'anno trascorso e delineano le principali strategie e progetti per quello successivo.





Relazione
sociale

Azionisti
e investitori



Azionisti e investitori

1. INTRODUZIONE

Il rapporto con i propri azionisti riveste un ruolo di primo piano per Banca Generali.

Fin dal momento della quotazione in Borsa, l'obiettivo esplicito del Gruppo è stato infatti quello di **creare valore per gli azionisti in ogni contesto di mercato**, puntando a un modello di business focalizzato su una crescita costante e sostenibile nel lungo termine.

L'attenzione per gli azionisti è confermata anche dalla politica di distribuzione degli utili. Banca Generali infatti, anche grazie alla sua solidità patrimoniale, ha **distribuito dividendi pari a oltre l'80% degli utili generati negli ultimi quattro anni**.

Da ultimo, va citata la grande importanza che Banca Generali attribuisce alla **trasparenza** e alla **tempestività della comunicazione**, ai propri azionisti e agli operatori finanziari in generale, di ogni informazione legata ai risultati finanziari e alle linee strategiche del Gruppo. Allo scopo, in linea con la best practice di settore, la società ha istituito un servizio di Investor Relations che si occupa di organizzare regolari incontri con la comunità finanziaria, oltre a tenere costantemente aggiornato il sito istituzionale (www.bancagenerali.com).

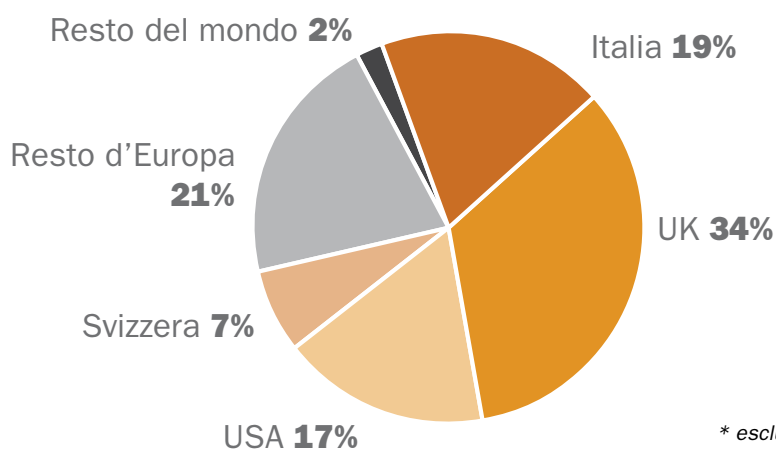
2. L'AZIONARIATO

Al 31 dicembre 2009 il capitale sociale di Banca Generali risultava costituito da 111.313.176 milioni di azioni ordinarie, ciascuna delle quali con valore nominale pari a 1 Euro.

Alla stessa data, Banca Generali contava circa 18.000 azionisti.

Il principale azionista di Banca Generali è il gruppo Assicurazioni Generali, che detiene una quota pari al 65,5% del capitale.

Grafico n. 1 – Ripartizione geografica degli investitori istituzionali (*)



* escludendo l'azionista di controllo

3. IL TITOLO BANCA GENERALI

Dal 15 novembre 2006 le azioni Banca Generali sono quotate alla Borsa Italiana, dove furono collocate al prezzo unitario di 8 Euro.

A fine 2009 il titolo Banca Generali risultava appartenere ai seguenti indici di Borsa Italiana: il FTSE Italia All-Share, il FTSE Italia Mid Cap e il FTSE Italia STAR¹.

Banca Generali è entrata a far parte del segmento Star nel settembre 2008.

Tabella n. 1 – Informazioni sul titolo azionario

Numero azioni	2006	2007	2008	2009
Numero azioni emesse	111.313.176	111.313.176	111.313.176	111.313.176
N. azioni in circolazione a fine anno*	110.183.646	110.317.267	110.538.030	110.853.509
Azioni proprie	1.129.530	995.909	775.146	459.667

**al netto delle azioni proprie*

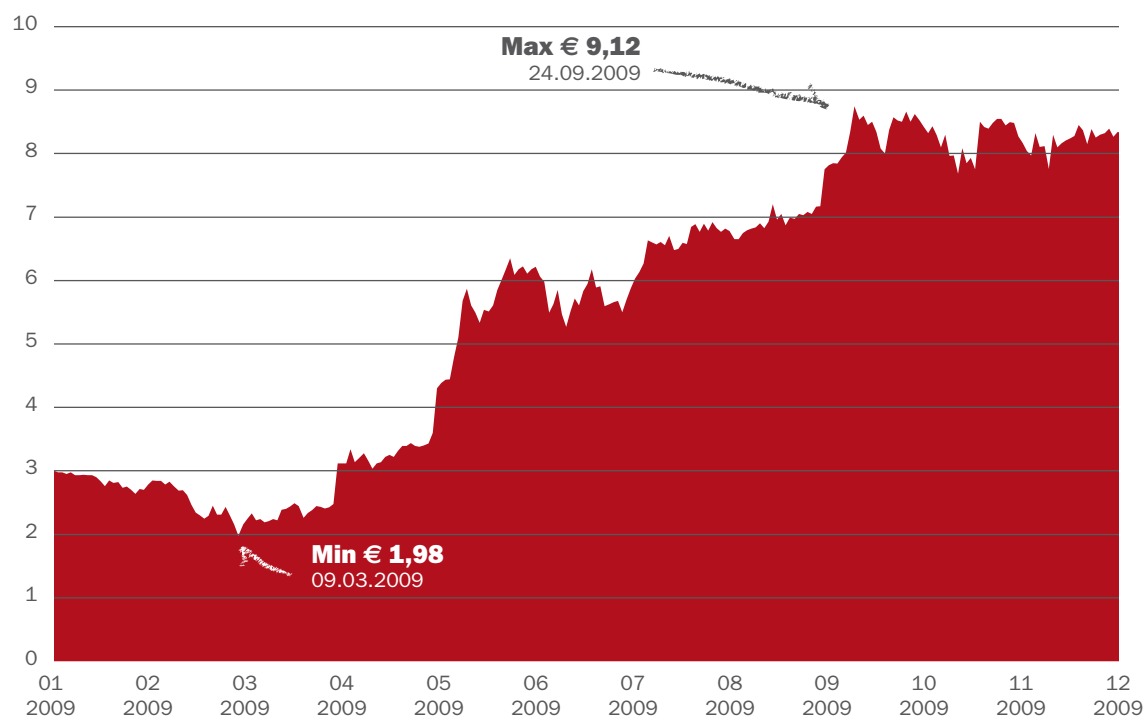
Prezzo ufficiale (€)	2006	2007	2008	2009
massimo	9,664	11,870	6,779	8,738
minimo	8,734	6,871	2,799	2,070
medio	9,387	10,420	4,657	7,400
fine periodo	9,613	6,871	2,804	8,456
Capitalizzazione (€ m)	1.070	765	312	941

¹ Si segnala che in data 24 giugno 2010 Banca Generali ha presentato a Borsa Italiana richiesta di esclusione dal segmento STAR. La decisione è maturata alla luce delle modifiche intervenute al Regolamento dei Mercati di Borsa Italiana, in particolare in merito all'omogeneizzazione degli orari di negoziazione del MTA. Borsa Italiana ha accolto la richiesta e conseguentemente, Banca Generali è ufficialmente uscita dal segmento STAR in data 11 luglio 2010. Da quella data, Banca Generali risulta rappresentata esclusivamente nell'indice FTSE Italia Mid Cap, posizionandosi nella parte alta della classifica sia in termini di capitalizzazione sia di scambi giornalieri.

4. L'ANDAMENTO DELL'AZIONE: QUOTAZIONE ORDINARIA E DIVIDENDI EROGATI

Al 31 dicembre 2009, il prezzo ufficiale dell'azione si è attestato a 8,456 Euro, per un controvalore complessivo di 941 milioni di Euro. I volumi medi giornalieri scambiati sono risultati pari a 320.177 titoli.

Grafico n. 2 – Performance di Banca Generali nel 2009



Sulla base degli utili conseguiti nel 2009, sono stati distribuiti dividendi pari a 0,45 Euro per azione (0,06 Euro nel 2008) per un controvalore complessivo di 49,9 milioni di Euro (6,6 milioni di Euro nel 2008). Il rendimento implicito dell'azione (*dividend yield*) è stato pari al 5,9%, sulla base del prezzo alla vigilia dell'annuncio della proposta di dividendo (5 marzo 2010).

Tabella n. 2 – Principali indici di Borsa

	2006	2007	2008	2009
Patrimonio netto (€m)	205,2	208,0	188,9	268,5
Patrimonio netto per azione (€)	1,84	1,87	1,70	2,41
Price/Book Value (*)	5,21	3,68	1,65	3,51
Utile d 'esercizio (€m)	14,0	15,3	7,9	63,2
Utile per azione	0,135	0,139	0,072	0,571
P/E (calcolato su ultimo prezzo)	71,2	49,4	39,0	14,8
P/E (calcolato su prezzo medio)	69,53	74,96	64,68	12,96
Dividendi erogati (€m)	11,0	19,9	6,6	49,9
Pay-out Ratio ⁽¹⁾	80%	130%	84%	80%
Dividendo unitario per azione (€)	0,10	0,18	0,06	0,45
Dividend Yield ⁽²⁾	0,9%	3,6%	2,6%	5,9%
Dividend Yield ⁽³⁾	1,1%	1,7%	1,3%	6,1%

(*) Price/Book Value è calcolato sul prezzo di fine periodo dell'azione

(1) dividendi erogati/utile d'esercizio

(2) dividendo unitario/prezzo alla vigilia dell'annuncio del dividendo

(3) dividendo unitario/prezzo medio

5. L'ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

Banca Generali è da sempre impegnata a garantire ai propri azionisti e alla comunità finanziaria una comunicazione tempestiva e improntata alla massima trasparenza in merito ai propri risultati economico-finanziari e ai propri obiettivi strategici. Complessivamente, nel corso del 2009 sono state organizzate 4 presentazioni in corrispondenza della pubblicazione dei risultati aziendali e sono stati pubblicati 25 comunicati stampa *price sensitive*.

L'attività di Investor Relations, in stretto contatto con il vertice aziendale, è dedicata a mantenere costantemente aperto e dinamico il dialogo con la comunità finanziaria e in particolare con gli azionisti, gli investitori istituzionali e gli analisti finanziari.

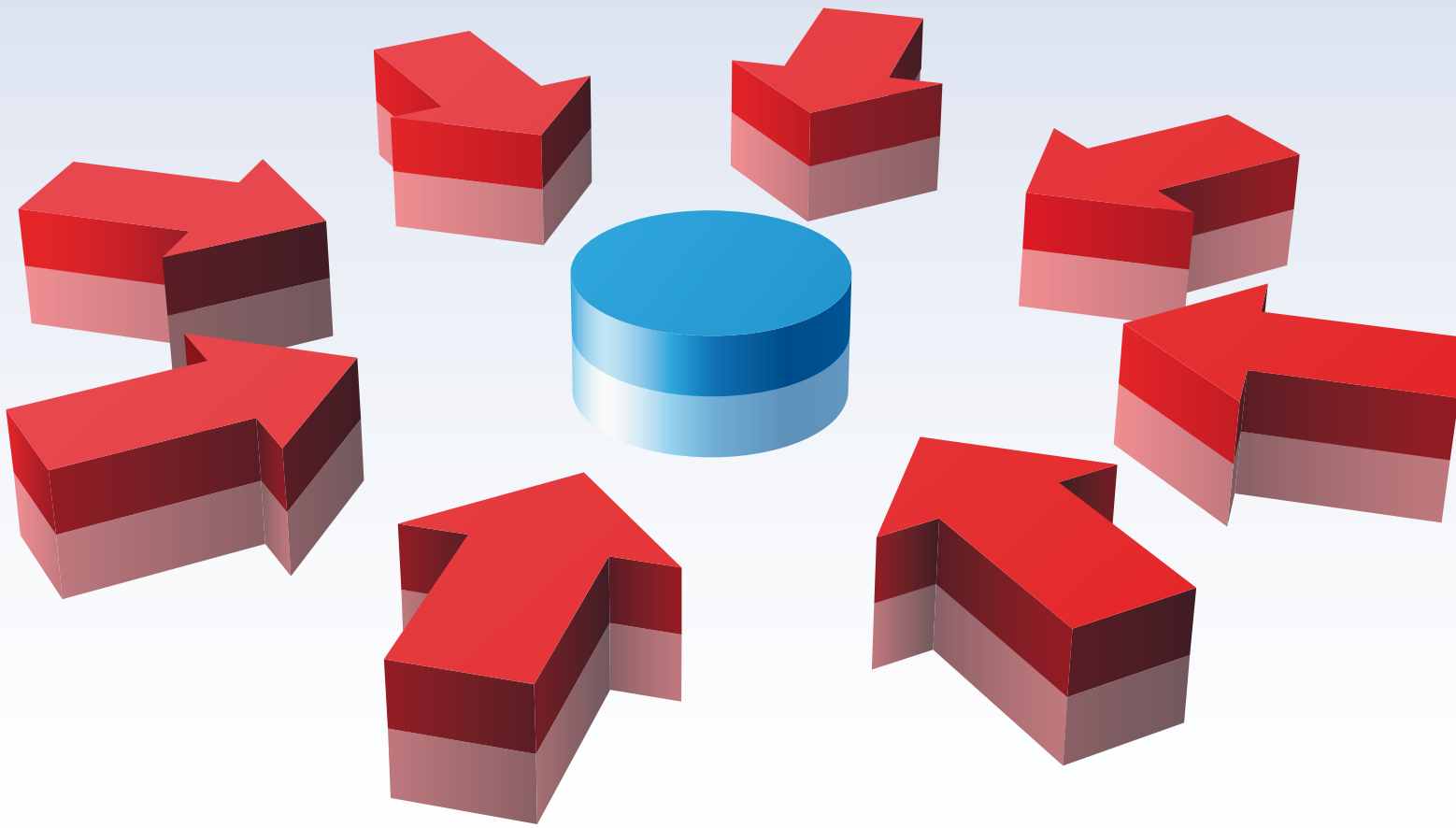
L'obiettivo è, inoltre, la promozione della conoscenza di Banca Generali presso la comunità finanziaria internazionale. A questo fine, nel 2009 Banca Generali

ha portato avanti un'intensa attività di marketing: il management ha partecipato, in qualità di relatore, a 5 conferenze di settore e a 10 roadshow dedicati presso le principali piazze europee (Milano, Londra, Parigi, Amsterdam), oltre a ospitare regolarmente presso la propria sede incontri con investitori istituzionali e rappresentanti delle principali case di brokeraggio italiane e internazionali. Nel corso del 2009 sono stati organizzati 139 incontri con investitori istituzionali e analisti facenti capo a 85 primarie case d'investimento nazionali e internazionali (di cui 21 fondi UK, 27 fondi Italiani, 8 americani e 29 fondi europei).

Nel corso del 2009 il titolo Banca Generali è stato seguito in modo regolare da 10 primarie case di brokeraggio italiane ed estere: Mediobanca, Goldman Sachs, HSBC, Intermonte, Equita, Unicredit, Deutsche Bank, CAI-Chevreux, Banca Leonardo, Banca Akros.

Tabella n. 3 – Piano di marketing dell'Investor Relations

	2008	2009
Presentazioni	12	9
Presentazioni istituzionali (Analyst Meetings)	4	4
Presentazioni a conference settoriali (Broker Sector Conference)	8	5
Road Shows		10
di cui: Italia		4
di cui: Estero		6
Incontri con analisti e investitori istituzionali	84	113
Numero società incontrate	62	85
Numero investitori incontrati	89	139
Copertura Brokers		
Numero analisti buy-side che coprono il titolo BG	10	10
Numero report e note giornaliere pubblicate	85	108





Relazione
sociale

Fornitori



Fornitori

1. POLITICHE E PRATICHE D'ACQUISTO

Come stabilito dal Codice etico, il Gruppo riconosce il fondamentale contributo dei propri partner contrattuali che, con la loro collaborazione, rendono possibile la concreta realizzazione quotidiana dell'attività d'impresa.

Nei rapporti con i propri fornitori, il Gruppo s'impegna ad attenersi essenzialmente a principi di correttezza, imparzialità e trasparenza e a utilizzare esclusivamente criteri legati alla competitività oggettiva dei servizi e dei prodotti offerti e alla loro qualità.

A tale scopo nel 2009 è stata emanata una circolare interna, denominata *Gestione approvvigionamenti*, con la quale vengono sanciti i principi generali e i criteri di esecuzione del processo d'acquisto.

La selezione del fornitore viene effettuata dall'ufficio che richiede il bene/servizio di concerto con il Servizio Acquisti e Logistica. Per alcuni tipi di acquisti, Banca Generali si avvale di GBS, la società di servizi del Gruppo Generali nella quale sono concentrati gli acquisti delle società del Gruppo, in un'ottica di economie di scala.

Il Gruppo Banca Generali nel 2009 ha intrattenuto rapporti con 1.751 fornitori (1.777 nel 2008). La maggior parte di questi (1.660) è residente sul territorio italiano ed è ripartita geograficamente in modo coerente con la presenza di sportelli e uffici del Gruppo.

I fornitori esteri sono 91, 35 dei quali operano in Lussemburgo, dove ha sede una società del Gruppo.

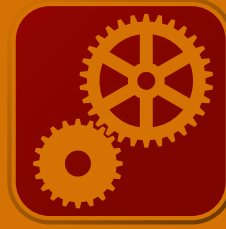
La spesa complessiva per le forniture è pari a 71,1 milioni di Euro; prevalgono nettamente i fornitori nazionali, cui è destinato il 97,5% della spesa totale.

Tra i fornitori assumono rilevanza strategica due società alle quali Banca Generali ha affidato in *outsourcing* i servizi informatici e, rispettivamente, i principali servizi di *back office* dei prodotti collocati.



Ripartizione dei fornitori per area geografica

REGIONE	2008	2009
Abruzzo	9	10
Basilicata	2	1
Calabria	19	13
Campania	45	50
Emilia Romagna	127	107
Friuli Venezia Giulia	151	124
Lazio	176	165
Liguria	74	62
Lombardia	620	640
Marche	27	17
Molise	1	2
Piemonte	147	129
Puglia	34	34
Sardegna	3	13
Sicilia	30	34
Toscana	84	96
Trentino Alto Adige	9	12
Umbria	7	11
Valle d'Aosta	8	12
Veneto	112	128
Totale Italia	1.685	1.660
Totale estero	92	91
Totale	1.777	1.751



Relazione
sociale

Comunità



Comunità

1. RAPPORTI CON LA COMUNITÀ

Lo sviluppo di politiche a beneficio delle comunità in cui opera è da sempre una delle priorità di Banca Generali, che riconosce tra i propri valori fondamentali la responsabilità morale a contribuire al miglioramento delle comunità con cui interagisce.

La Banca ha investito e continua a investire nella presenza sul territorio nazionale, avendo individuato nella valorizzazione delle peculiarità territoriali e delle capacità locali uno dei fattori chiave di creazione del valore. L'attività svolta in tale ambito si è estrinsecata in eventi, sponsorizzazioni, donazioni, campagne e collaborazioni con enti e associazioni, oltre che in numerose iniziative organizzate, proposte e realizzate con il contributo della rete di promotori finanziari.

Banca Generali ha individuato cinque macro aree di intervento, nell'ambito delle quali orientare le proprie scelte: l'area culturale, l'area della ricerca scientifica, l'area sociale, l'area sport e l'area volontariato.

Area culturale: iniziative volte al supporto delle attività legate all'arte, alla musica, al teatro, al cinema, a progetti editoriali, a conferenze, a seminari e istruzione.

Area ricerca scientifica: campagne di donazione e stanziamento di fondi e contributi per la ricerca in campo medico, e non, sviluppata da enti e associazioni che svolgono progetti all'avanguardia nello studio di cure mediche. Questi temi di estrema rilevanza sociale hanno come scopo principale la prevenzione e la cura delle malattie, soprattutto di quelle che incidono fortemente sulla qualità della vita e sull'autosufficienza delle persone.

Area sociale: attività volte a valorizzare la comunità nel suo insieme e interventi a supporto di iniziative benefiche di vario genere.

Area sport: iniziative di carattere sportivo giovanile e non, sia di carattere amatoriale sia professionistico/agonistico, che la Banca supporta considerando lo sport uno strumento educativo e formativo che fornisce principi sani e valori fondamentali.

Area volontariato: attività di volontariato che i collaboratori della Banca intraprendono a favore della collettività, in alcuni casi incrementando con il proprio apporto i fondi già stanziati dalla Società per le medesime finalità. Il coinvolgimento dei dipendenti e della rete di vendita si è concretizzato nella raccolta di somme di denaro e/o beni in natura o nell'adesione a iniziative di volontariato che ha comportato la prestazione della loro opera in favore di persone meno fortunate.

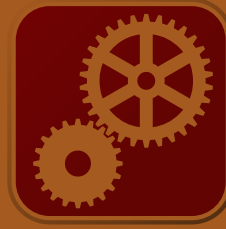
Fra le varie iniziative supportate dalla Banca si segnala, in particolare, la pluriennale collaborazione con l'AIMS (Associazione Italiana Sclerosi Multipla), che ogni anno vede l'organizzazione di numerosi eventi, il cui ricavato viene devoluto all'Associazione. Nel 2009 sono stati sponsorizzati: la prova aperta del concerto dell'**Orchestra Filarmonica Teatro alla Scala di Milano**, il **Premio leone d'oro Banca Generali**, un quiz televisivo su **Alex Del Piero** trasmesso da Sky e il concerto **The New Millennium Gospel Singer** presso il Teatro Carcano di Milano.



Anche i dipendenti e i collaboratori di Banca Generali hanno voluto dare il proprio contributo a sostegno dell'AIMS, presidiando i banchetti allestiti per la vendita dei vasetti di marmellata dello chef Moreno Cedroni durante il periodo natalizio.

Fra le iniziative che hanno visto il coinvolgimento sia della Società sia dei dipendenti, si segnala la raccolta di denaro in favore dei colleghi residenti nelle zone colpite dal terremoto in Abruzzo: alla somma stanziata dalla Banca si è aggiunta quella versata da dipendenti, promotori e altri collaboratori.





Relazione
sociale

Ambiente



Ambiente

1. POLITICA AMBIENTALE

Il Gruppo Banca Generali è consapevole del fatto che la conduzione delle proprie attività in contesti anche molto diversi sotto il profilo sociale, culturale e ambientale richiede l'impegno a perseguire un comune obiettivo di sviluppo economico sostenibile per quanto riguarda sia le ricadute dirette dell'attività svolta, sia le proprie aree di influenza.

In tale contesto, il Consiglio di Amministrazione di Banca Generali del 29 settembre 2010 ha fatto propria la **Politica Ambientale del Gruppo Generali**,

documento nel quale si ribadisce l'impegno a salvaguardia dell'ambiente dichiarato nel Codice etico. In particolare, il documento definisce obiettivi e impegni che orientano le scelte e le azioni del Gruppo allo scopo di contribuire positivamente a uno sviluppo sostenibile. Gli obiettivi individuati si riferiscono sia agli impatti ambientali diretti, riconducibili alle attività bancarie e finanziarie del Gruppo, sia agli impatti indiretti, collegati alle attività di approvvigionamento, di progettazione e distribuzione di prodotti bancari e finanziari e all'attività istituzionale di investimento.

2. TUTELA DELL'AMBIENTE

Impatti ambientali diretti

CONSUMO DI RISORSE		
Risorse	Unità di misura	Consumo 2009 (*)
Energia Elettrica	kWh	2.226.031
Acqua	m ³	10.061
Gas Metano	m ³	132.741

(*) *Dati stimati*

- Nel Gruppo non c'è al momento produzione di energia; tutto il consumo è quindi di energia indiretta. Il 100% dell'energia consumata proviene da fonti non rinnovabili.
- Svolgendo attività di tipo puramente finanziario, il Gruppo utilizza l'acqua principalmente per scopi igienico-sanitari e per il funzionamento e raffreddamento degli impianti di climatizzazione. La totalità dell'acqua consumata proviene da condotto statale (o comunale).

Sensibilizzazione

Il Gruppo Banca Generali, consapevole dell'impatto ambientale che le proprie attività generano a vari livelli, privilegia le iniziative che tendono a:

- attivare e implementare progetti volti alla riduzione dei consumi;
- perseguire un impiego più efficiente delle risorse (energia, acqua, carta ecc.);
- adottare e promuovere comportamenti eco-compatibili.

Anche nel 2009, in collaborazione con la Capogruppo Assicurazioni Generali S.p.A., è proseguita l'iniziativa **Ufficio Sostenibile**, che ha visto:

- l'invio a tutti i dipendenti del Gruppo di una e-mail con allegato un documento che descrive alcuni semplici accorgimenti per evitare gli sprechi di energia, carta e acqua e invita a riciclare, per quanto possibile, i rifiuti;
- l'affissione nei locali comuni (zone bar, bagni, sale riunioni e di lavoro, ecc.) di tutte le sedi del Gruppo di locandine **Risparmia, ricicla, ripensa**, con icone colorate e suggerimenti per il risparmio di risorse;
- la pubblicazione della suddetta locandina sull'intranet aziendale.

Gestione degli edifici

Anche la gestione degli edifici, intesa come il complesso degli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria e delle opere di allestimento e ristrutturazione, è orientata alla minimizzazione degli impatti ambientali, in particolare per quel che riguarda i consumi energetici.

In questo contesto, nel corso dell'anno 2009 sono state unificate le sedi operative e amministrative presenti nella città di Trieste, con il trasferimento in un'unica sede dei dipendenti prima collocati in 6 edifici diversi. Nella nuova sede sono state inoltre allestite 4 sale con sistema di videoconferenza che, aggiunte alle 4 sale già disponibili presso la sede di Milano, hanno di fatto consentito di ridurre in maniera consistente i movimenti dei dipendenti tra le due sedi.

Anche le filiali e le agenzie sono state coinvolte nel processo di razionalizzazione degli spazi disponibili, che ha portato a un ridimensionamento degli uffici in base al numero di collaboratori e alle attività svolte.

Presso la Sede di Milano è installato un dispositivo per lo spegnimento automatico delle luci, mentre sia nella sede di Milano sia nella sede di Trieste sono presenti dispositivi di spegnimento automatico dei sistemi di riscaldamento e condizionamento dell'aria.

Gestione dei rifiuti

L'attività di raccolta e smaltimento dei rifiuti viene effettuata secondo modalità consolidate. Si presta particolare attenzione alla gestione dei "rifiuti speciali", quali cartucce toner esaurite e/o difettose e prodotti assimilabili, effettuata a norma di legge tramite aziende specializzate.

Tra i materiali riciclati, la carta assume un rilievo preponderante.

QUINTALI DI RIFIUTI SMALTITI SEPARATAMENTE	
Tipo di rifiuti	Quantità 2009 (*)
Carta Bianca	560,3
Toner	10,2

(*) *Dati stimati*

Presso le sedi di Milano e Trieste sono state intraprese iniziative e comportamenti, a volte anche di semplice realizzazione, che nel corso degli anni hanno portato a un tangibile contenimento degli impatti ambientali e, insieme, dei costi:

- introduzione di centri di raccolta per i toner usati delle stampanti e per la carta, che hanno consentito di meglio organizzare e aumentare la raccolta separata dei materiali;
- introduzione di apparecchiature multifunzione (stampante, scanner e fotocopiatrice) collocate in modo ottimale nei piani in sostituzione di apparecchiature, in particolare stampanti, individuali; tale accorgimento ha consentito di ridurre il consumo di carta; al risultato hanno contribuito azioni di sensibilizzazione dei collaboratori all'utilizzo delle funzioni di stampa e fotocopiatura fronte-retro;
- adozione di una politica di riutilizzo degli imballaggi, di solito scatoloni, per la movimentazione di materiale tra le sedi e i magazzini esterni, che ha consentito di ridurre il consumo di cartone;
- eliminazione della modulistica prestampata in carta chimica a favore di modulistica in formato elettronico, stampata solo al momento dell'utilizzo, che ha consentito una riduzione dei consumi di carta eliminando lo smaltimento delle scorte di moduli inutilizzabili /obsoleti.

Mobility

Per una società finanziaria, le emissioni di gas a effetto serra rilasciate nell'atmosfera nello svolgimento dell'attività sono sostanzialmente originate dai consumi di energia elettrica e di energia utilizzata dai sistemi di riscaldamento/condizionamento degli ambienti di lavoro, oltre che dalla mobilità.

Per questo motivo, Banca Generali gestisce la mobilità dei dipendenti con criteri che si propongono anche un contenimento degli spostamenti per motivi di lavoro, per esempio tramite una crescente diffusione del ricorso a videoconferenze. Inoltre, si privilegia l'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblici e, tra questi, di quelli a minor impatto ambientale (per esempio, il treno viene preferito all'aereo).

Nel 2009 sono stati rilevati i chilometri complessivamente percorsi in macchina, in treno e in aereo dai dipendenti del Gruppo in missione.

Tipo di mezzo utilizzato	Chilometri percorsi
Autovettura	825.873
Treno	760.897
Aereo	830.729
Totale	2.417.499

Dalle evidenze disponibili nel 2009 non risultano multe o sanzioni non monetarie irrogate al Gruppo per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.

Il Gruppo Banca Generali non opera in aree protette o a elevata biodiversità.

Impatti ambientali indiretti

Banca Generali è consapevole di poter influire sul comportamento dei propri stakeholder, determinando ricadute indirette sull'ambiente.

In particolare, il Gruppo ha disciplinato le procedure relative ai processi di acquisto in un'apposita circolare, denominata Gestione Approvvigionamenti, nella quale sono individuati i principi generali di esecuzione del processo che, tra l'altro, si propongono di coinvolgere i fornitori nella tutela dell'ambiente.

Per maggiori informazioni si rimanda al capitolo Fornitori.



Obiettivi di miglioramento





Obiettivi di miglioramento

AMBIENTE

- Implementare le attività necessarie a migliorare i metodi di rilevazione, calcolo e tracciabilità dei consumi di energia elettrica, acqua e gas metano e allo smaltimento dei rifiuti. Le analisi preliminari sono già state avviate.
- Definire le modalità di attuazione per il Gruppo Banca Generali della normativa SISTRI (Sistema di Controllo della Tracciabilità dei Rifiuti), da poco entrata in vigore. Attualmente è in corso la fase di approfondimento della normativa.

GOVERNANCE

- Istituire a breve un Comitato per la CSR, cui attribuire competenze a livello di Gruppo in materia di sostenibilità. Infatti, il Gruppo ritiene importante individuare all'interno del proprio assetto di governo anche organi dedicati a rendere sistematica la considerazione degli aspetti sociali e ambientali, oltre che di quelli economici, nello svolgimento dell'attività. Il Comitato si interfacerà con il Comitato per la Sostenibilità del Gruppo Generali, per portare in tale contesto il contributo della Banca al raggiungimento degli obiettivi comuni e cooperare nella definizione di questi ultimi.



Allegati



Tabella di identificazione del GRI

G3 - GUIDELINES VERSIONE 3.0

			Pagina
PROFILO			
Strategia e analisi			
1.01	Dichiarazione del vertice aziendale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia.		5
1.02	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità.		24
Profilo dell'organizzazione			
2.01	Nome dell'organizzazione.		18
2.02	Principali marchi, prodotti e/o servizi.		18
2.03	Struttura operativa dell'organizzazione.		18
2.04	Luogo della principale sede dell'organizzazione.		2; 12; 83
2.05	Paesi nei quali opera l'organizzazione.		18
2.06	Assetto proprietario e forma legale.		18
2.07	Mercati serviti.		18
2.08	Dimensione dell'organizzazione.		34
2.09	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.		18
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.		
PARAMETRI DEL REPORT			
Profilo del report			
3.01	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite.		7
3.02	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente.		7
3.03	Periodicità di rendicontazione.		7
3.04	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti.		2
Obiettivo e perimetro del report			
3.05	Processo per la definizione dei contenuti del report.		7
3.06	Perimetro del report.		7
3.07	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'ambito o del perimetro del report.		7
3.08	Informazioni relative a joint venture, controllate, stabilimenti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o tra organizzazioni.		
3.09	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo.		7
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche.		
3.11	Cambiamenti significativi di ambito, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione.		
GRI Content Index			
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report.		118
Attestazione			
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'attestazione esterna del report.		

GOVERNANCE, IMPEGNI, ENGAGEMENT		
Struttura e governo		
4.01	Struttura di governo dell'organizzazione.	22
4.02	Funzioni esecutive del Presidente.	22
4.03	Indicare il numero di componenti dell'organo di governo che sono indipendenti e/o non esecutivi.	22
4.04	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo.	22
4.05	Legame tra i compensi dei componenti del più alto organo di governo e dei senior manager e le performance dell'organizzazione.	22
4.06	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse.	22
4.07	Processi per determinare qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali.	22
4.08	Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione.	7; 10; 30
4.09	Procedure del più alto organo di governo per sovrintendere alle modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati.	24
4.10	Processi per la valutazione delle performance del più alto organo di governo, in particolare rispetto alle performance economiche, ambientali, sociali.	
Impegno in iniziative esterne		
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale.	5
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali.	64; 83
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali.	36
Coinvolgimento degli stakeholder		
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	43
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento.	43
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipo di attività e per gruppo di stakeholder.	
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche attraverso il report.	53
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
ASPETTO: Performance economica		
EC1. Core	Valore economico generato e distribuito, includendo ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione.	34
EC2. Core	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici.	
EC3. Core	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano dei benefit.	
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dal Governo.	

< INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA**ASPETTO: Presenza di mercato**

EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	79
EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa verso i fornitori locali presso le principali sedi operative.	100
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti presso le principali sedi operative e percentuale dei senior manager assunti a livello locale.	

ASPETTO: Impatti economici indiretti

EC8. Core	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente a beneficio del pubblico, attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono.	104
EC9. Additional	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE**ASPETTO: Materie prime**

EN1. Core	Peso o volume delle materie prime utilizzate.	108
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	

ASPETTO: Energia

EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	
EN6. Additional	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguente riduzioni del fabbisogno energetico.	
EN7. Additional	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.	109

ASPETTO: Acqua

EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	

ASPETTO: Biodiversità

EN11. Core	Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, o gestiti in aree (o adiacenti ad aree) protette o in aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette.	
EN12. Core	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree a elevata biodiversità esterne alle aree protette.	
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	
EN14. Additional	Strategie, azioni correnti, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	
EN15. Additional	Numero delle specie elencate nella lista rossa IUCN e nelle liste nazionali delle specie protette che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione, suddivise per livello di rischio di estinzione.	

< INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE**ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti**

EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas a effetto serra (GHG) per peso.	
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas a effetto serra significative per peso.	
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas a effetto serra e risultati raggiunti.	111
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono, per peso.	
EN20. Core	NOX, SOX e altre emissioni significative nell'aria, per tipo e peso.	
EN21. Core	Acqua totale scaricata, per qualità e destinazione.	
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipo e per metodi di smaltimento.	
EN23. Core	Numero totale e volume di versamenti significativi.	
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I,II,III, VIII) che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	
EN25. Additional	Identità, dimensione, stato di salvaguardia e biodiversità della fauna e della flora acquatica e i relativi habitat colpiti in maniera significativa dagli scarichi di acqua e dalle dispersioni provocate dall'organizzazione.	

ASPETTO: Prodotti e servizi

EN26. Core	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.	
EN27. Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria.	

ASPETTO: Conformità (compliance)

EN28. Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	
------------	---	--

ASPETTO: Trasporti

EN29. Additional	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale.	
------------------	--	--

ASPETTO: Generale

EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivise per tipo.	
------------------	---	--

INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE**ASPETTO: Occupazione**

LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo, forma contrattuale e distribuzione territoriale.	72
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e regione.	76
LA3. Additional	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine, suddivisi per principali siti produttivi.	82

ASPETTO: Relazioni industriali

LA4. Core	Percentuale dei dipendenti iscritti a organizzazioni sindacali.	85
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi, specificando se tale condizione sia inclusa o meno nella contrattazione collettiva.	85

< INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE**ASPETTO: Salute e sicurezza sul lavoro**

LA6. Additional	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato congiunto manager-lavoratori per la salute e la sicurezza, istituito per controllare e fornire consigli sui programmi di tutela di salute e sicurezza degli addetti.	83
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per regione.	83
LA8. Core	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi.	
LA9. Additional	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza.	

ASPETTO: Formazione e istruzione

LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori.	87
LA11. Additional	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fine delle carriere.	86
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni per lo sviluppo della propria carriera.	

ASPETTO: Diversità e pari opportunità

LA13. Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.	72
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne per ciascuna categoria.	79

SOCIETÀ**ASPETTO: Collettività**

S01. Core	Natura, ambito ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio di attività, di operatività e di dismissione.	
-----------	---	--

ASPETTO: Corruzione

S02. Core	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione.	29
S03. Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione.	29
S04. Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.	

ASPETTO: Approccio nei confronti di politica/istituzioni

S05. Core	Posizioni sulla politica pubblica e partecipazione e pressioni esercitate sullo sviluppo di politiche pubbliche.	30
S06. Additional	Contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e istituzioni per Paese.	30

ASPETTO: Comportamenti anti-concorrenza

S07. Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.	52
-----------------	--	----

ASPETTO: Conformità

S08. Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.	52; 111
-----------	---	---------

DIRITTI UMANI		
ASPETTO: Pratiche di investimento e approvvigionamento		
HR1. Core	Percentuale e numero totale di accordi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti a una valutazione dei diritti umani coinvolti.	
HR2. Core	Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese.	
HR3. Additional	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei lavoratori formati.	
ASPETTO: Non discriminazione		
HR4. Core	Numero totale di violazioni legate a pratiche discriminatorie e azioni intraprese.	30
ASPETTO: Libertà di associazione e contrattazione collettiva		
HR5. Core	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti.	
ASPETTO: Lavoro minorile		
HR6. Core	Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure prese per contribuire a eliminare il lavoro minorile.	
ASPETTO: Lavoro forzato		
HR7. Core	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o a cottimo e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione.	
ASPETTO: Pratiche di sicurezza		
HR8. Additional	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti diritti umani rilevanti per le attività dell'organizzazione.	
ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene		
HR9. Additional	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese.	
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori		
PR1. Core	Fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono presi in considerazione per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure.	53
PR2. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità con i regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita.	
ASPETTO: Prodotti e servizi- etichettatura		
PR3. Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativamente soggetti a tali requisiti informativi.	
PR4. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di anomalie e di incidenti dovuti a non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi.	
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla misurazione della customer satisfaction.	53
ASPETTO: Marketing communication		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	50
PR7. Additional	Numero totale (suddiviso per tipo) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti alla comunicazione di marketing includendo pubblicità, promozione e sponsorizzazione.	50
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy dei consumatori e la perdita dei dati dei consumatori.	51
ASPETTO: Conformità (Compliance)		
PR9. Core	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi.	52

FINANCIAL SERVICES SECTOR SUPPLEMENT: SOCIAL PERFORMANCE

Pagina

IMPATTO DI PRODOTTI E SERVIZI		
FS1	Politiche che presentano specifiche componenti sociali e ambientali applicate alle linee di business	47
FS2	Procedure di valutazione e monitoraggio dei rischi sociali e ambientali nelle linee di business.	
FS3	Processi di controllo dell'effettiva attuazione e relativa conformità dei clienti ai requisiti sociali e ambientali inclusi in contratti e transazioni.	
FS4	Processo/i atto/i a migliorare le competenze dell'organico per l'implementazione di politiche e procedure socio-ambientali, per linee di business.	
FS5	Interazioni con clienti/partecipate/partner in merito a rischi e opportunità sociali e ambientali.	
INDICATORI DI PERFORMANCE		
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS6	Percentuale del portafoglio per linee di business divise per regione, dimensione (es. micro/PMI/grandi aziende) e settore.	46
FS7	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
FS8	Valore monetario dei prodotti e dei servizi atti a fornire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per finalità.	
ASPETTO: Audit		
FS9	Copertura e frequenza degli audit per valutare l'attuazione delle politiche sociali e ambientali e delle procedure di valutazione dei rischi..	
FS10	Percentuale e numero di compagnie presenti in portafoglio con le quali l'organizzazione ha interagito in merito a tematiche sociali e ambientali.	
FS11	Percentuale degli asset soggetti a monitoraggio sociale o ambientale positivo e negativo.	
FS12	Politica/che di voto applicata/e a tematiche sociali e ambientali per partecipazioni su cui l'organizzazione detiene il diritto di voto o di consultazione per il voto.	
FS13	Punti di accesso in aree poco popolate o economicamente svantaggiate, per tipo.	
FS14	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari dei soggetti svantaggiati.	
FS15	Politiche per la trasparenza nella progettazione e nella vendita di prodotti e servizi finanziari.	47
FS16	Iniziative atte a promuovere l'istruzione finanziaria per tipologia di beneficiario.	50



CALL CENTER:
NUMERO VERDE
800-155-155

SEDE LEGALE:
VIA MACHIAVELLI, 4
34132 TRIESTE

UFFICI OPERATIVI MILANO:
VIA UGO BASSI, 6 - 20159 MILANO
TEL.: +39 02 6076 5411

UFFICI OPERATIVI TRIESTE:
CORSO CAVOUR, 5/A - 34125 TRIESTE
TEL.: +39 040 7777 111



CALL CENTER:
NUMERO VERDE
800-155-155

SEDE LEGALE:
VIA MACHIAVELLI, 4
34132 TRIESTE

UFFICI OPERATIVI MILANO:
VIA UGO BASSI, 6 - 20159 MILANO
TEL.: +39 02 6076 5411

UFFICI OPERATIVI TRIESTE:
CORSO CAVOUR, 5/A - 34125 TRIESTE
TEL.: +39 040 7777 111