



BANCA GENERALI

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2011





BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2011

Bilancio di sostenibilità 2011

BANCA GENERALI SPA

SEDE LEGALE

VIA MACHIAVELLI, 4 34132 - TRIESTE

CAPITALE SOCIALE

DELIBERATO: EURO 119.378.836

SOTTOSCRITTO E VERSATO: EURO 111.693.843 *

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 LUGLIO 2012



** alla data di pubblicazione del presente documento*

Indice



Lettera agli stakeholder **5**



Premessa metodologica **7**



Identità e Governance **9**

Mission
10

I valori
11

La storia del Gruppo
12

Modello di business e linee strategiche di sviluppo e di sostenibilità
14

L'assetto organizzativo
20

Il governo societario
23

Sistema dei controlli interni
27

Codici volontari
33



Rendicontazione economica **37**

La performance economica del 2011
38

Principali indicatori finanziari
39

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione
40



Relazione sociale **45**

Relazioni con gli stakeholder
47

I clienti
50

1. Caratteristiche della clientela
2. Relazioni con la clientela
3. Sicurezza e privacy
4. Contenzioso
5. Gestione reclami

La rete distributiva
64

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. Politica delle vendite
7. Incentivazione, valorizzazione e formazione
8. Gestione delle vertenze
9. Dialogo con le reti di vendita

Risorse umane
82

1. Dimensioni e caratteristiche dell'organico
2. Politiche per i dipendenti
3. Pari opportunità
4. Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro
5. Relazioni industriali e sindacali
6. La formazione 2011 in cifre
7. Coinvolgimento dei collaboratori



Azionisti e investitori
102

1. Introduzione
2. L'azionariato
3. L'andamento dell'azione: quotazione ordinaria e dividendi erogati
4. L'attività di Investor Relations

Fornitori
108

1. Politiche d'acquisto

Comunità
112

1. Rapporti con la comunità

Ambiente
116

1. Politica ambientale
2. Tutela dell'ambiente



Allegati **125**

Tabella GRI (Global Reporting Initiative)

Lettera agli stakeholder

NEL 2011

Banca Generali ha dato prova di quelle caratteristiche di solidità e di sostenibilità in funzione delle quali ha sempre imperniato le sue scelte strategiche per poter garantire nel tempo un'adeguata visibilità e stabilità nella remunerazione di tutti i suoi stakeholders.

Il 2011 è stato infatti un anno molto impegnativo sul fronte dei mercati finanziari e dell'economia reale, segnato dalle tensioni legate al debito sovrano europeo. L'Italia purtroppo è stata una dei protagonisti principali di questa difficile crisi, a causa del suo elevato indebitamento pubblico e della sua bassa crescita economica.

In questo non facile contesto, Banca Generali ha dato prova di saper conservare i suoi elevati livelli di redditività e di solidità patrimoniale e di mantenere una remunerazione dei suoi azionisti ai massimi livelli tra le società quotate. Questo importante risultato premia l'aver sempre puntato alla sostenibilità dei ricavi nel lungo termine e ad una attenta gestione delle risorse disponibili, nell'interesse di tutti gli stakeholders della Banca.

Nello specifico, la sostenibilità dei ricavi deriva dall'aver sempre sviluppato relazioni di lungo periodo con la clientela e dall'aver evitato scelte di investimento azzardate o opportunistiche per ottenere ricavi più elevati ma più effimeri. La crescente volatilità del contesto finanziario ci rende sempre più consapevoli della criticità della nostra attività per preservare il patrimonio dei nostri clienti, da cui dipende la tranquillità economica delle loro famiglie. E' per questo che i nostri sforzi al riguardo si sono moltiplicati per dotare la società dei più avanzati modelli di consulenza finanziaria che, uniti al principio della diversificazione e dell'architettura aperta e al controllo dei rischi, si pongono l'obiettivo di preservare e possibilmente far crescere le risorse che ci vengono affidate.

Siamo inoltre molto soddisfatti della costante crescita professionale delle reti di consulenti finanziari, arrivati ai vertici del settore in termini di dimensione media del portafoglio a conferma della qualità del servizio offerto e della buona reputazione. Con piacere, segnaliamo inoltre che per il secondo anno consecutivo, le analisi condotte dalla società indipendente Eurisko hanno evidenziato che il livello di soddisfazione e di fidelizzazione dei promotori delle reti di Banca Generali è ai vertici assoluti del settore, come prova del positivo clima aziendale.

Un altro importante risultato raggiunto dalla Banca nel corso dell'anno, e di cui siamo molto orgogliosi, è la salvaguardia dell'intera forza lavoro dipendente del gruppo, che avviene in un momento in cui al contrario molte istituzioni sono costrette a ridimensionare i loro organici per fronteggiare gli effetti della crisi economica. Consapevoli della grande responsabilità che abbiamo nei confronti delle singole persone e delle loro famiglie, intendiamo confermare l'impegno alla tenuta occupazionale, alla crescita professionale e alla giusta remunerazione anche per gli anni a venire, che pure non si prospettano facili per l'economia italiana.

Banca Generali ha poi ottenuto importanti risultati sul fronte della Gestione Ambientale, grazie alle iniziative lanciate lo scorso anno, tra cui merita di essere citata la riduzione del 5,6% delle emissioni di gas effetto serra, ottenute attraverso la riduzione del consumo di energia elettrica e il miglioramento della mobilità aziendale, che nello specifico ha portato alla riduzione del 26% dei chilometri percorsi dai dipendenti in missione con autovetture. I positivi risultati raggiunti ci hanno spronato a definire nuovi e ancora più ambiziosi obiettivi per i prossimi anni finalizzati alla riduzione del consumo di energia e di carta e per il miglioramento della mobilità per i prossimi anni. In particolare sono stati definiti obiettivi impegnativi per la riduzione di emissioni di gas effetto serra.

Vogliamo infine ribadire la nostra forte convinzione che non può esserci crescita aziendale senza il contestuale sviluppo di politiche a sostegno delle comunità con cui la banca interagisce e per questo manteniamo l'impegno a sostenere iniziative nel campo del sociale, del volontariato, della cultura e dello sport, quest'ultimo importante per la capacità di veicolare valori e principi sani, soprattutto tra i più giovani.

Attraverso questo Bilancio Sociale la Banca vuole dare conto degli sforzi fatti e soprattutto fissare nuovi traguardi a difesa di principi e iniziative in cui la Banca crede fortemente, quale la tutela del lavoro e della famiglia, la crescita professionale e sociale, la difesa dei diritti umani e dell'ambiente, con la piena consapevolezza del fatto che solo lo sviluppo integrato di tutte queste istanze può generare una vera crescita per tutti.

Siamo consapevoli che la difficile situazione economica e sociale rappresentano una grande sfida per creare valore in modo sostenibile, ma questo anziché avvilirci, ci porta a rafforzare la nostra determinazione e a raddoppiare il nostro impegno per il raggiungimento dei nostri obiettivi.

Consiglio di Amministrazione

Premessa metodologica

Questo è il terzo anno per il quale viene redatto il Bilancio di Sostenibilità di Banca Generali con lo scopo di esplicitare il legame tra i valori, le strategie del Gruppo e le relazioni con i vari stakeholder. Sono state apportate modifiche alla rendicontazione economica inserite nel report dell'esercizio precedente, così come più avanti specificato. Banca Generali ha deciso di non richiedere l'attestazione di conformità del Bilancio di Sostenibilità; tale scelta si basa sulla volontà del Gruppo di concentrare le risorse a disposizione sul miglioramento delle performance socio-ambientali e sulla qualità e quantità delle informazioni rese nel documento di rendicontazione al fine di riscontrare una sempre maggiore rispondenza agli interessi degli 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 3.1 (*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).

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 2011 e, ove possibile, sono comparati con il 2010.

Il perimetro del Bilancio di Sostenibilità include tutte le società del Gruppo Bancario, ossia la capogruppo Banca Generali e le controllate BG Sgr, Generali Fund Management Sa, BG Fiduciaria Sim, Generfid. La delibera di cessione del ramo di azienda costituito dai fondi comuni di diritto italiano da parte della controllata BG Sgr a favore di Generali Investment Italy Sgr in data 27 settembre 2011 ha comportato in base ai principi contabili IAS/IFRS la rappresentazione a voce propria dei relativi proventi e costi con riesposizione con le medesime modalità anche dell'esercizio precedente.

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 del framework 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 di 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 esigenze di investimento e di valorizzazione del risparmio di ciascun cliente, coerentemente con il profilo finanziario e l'orizzonte temporale 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 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 contribuendo in modo concreto a uno sviluppo economico e sociale di qualità, rispettando i diritti umani e promuovendo la loro implementazione nell'ambito di tutte le proprie sfere di influenza. Il Gruppo si impegna inoltre ad adottare un approccio operativo attento all'ambiente, anche intraprendendo iniziative volte a sviluppare e a diffondere una maggiore responsabilità ambientale.

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.

AFFIDABILITÀ

In Banca Generali le persone si impegnano per costruire solidità, in linea con le dinamiche del Gruppo Generali, conscie delle responsabilità sociali e previdenziali connotate alla valorizzazione e tutela del risparmio.

IMPEGNO PER IL MIGLIORAMENTO CONTINUO

Banca Generali si prende cura dei bisogni dei propri clienti prima che essi ne sentano il bisogno. Stimola lo sviluppo di competenze e la partecipazione attiva delle persone al processo d'innovazione nella consapevolezza che la crescita professionale viene valorizzata in un ambiente di lavoro improntato a flessibilità e dinamicità.

RESPONSABILITÀ PROFESSIONALE

Chi lavora in Banca Generali si impegna quotidianamente per garantire l'eccellenza in tutti gli ambiti di competenza nei confronti della clientela e degli azionisti.

ORGOGGIO DI APPARTENENZA

Vinciamo insieme. Fieri di far parte di un grande Gruppo che opera con responsabilità internamente ed esternamente condividendo a tutti i livelli i successi e la strategia di crescita.

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 aggre-

gazioni 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 (ora Alleanza Toro) 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 debuttano 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 di 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 2011 infatti Banca BSI Italia è stata fusa per incorporazione in Banca Generali, divenendone una divisione autonoma e dedicata all'attività di private banking.

2011

Delibera di cessione fondi comuni di diritto italiano e di incorporazione di BG Sgr in Banca Generali

BG Sgr delibera la cessione dei fondi comuni di investimento di diritto italiano a Generali Investment Italy in linea con la strategia del gruppo bancario di concentrare la propria attività sulle gestioni individuali di portafoglio nel mercato domestico; conseguentemente ne viene deliberata l'incorporazione nella capogruppo Banca Generali.

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 e previdenziali. 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. In particolare il modello di business di Banca Generali si fonda su un modello consulenziale finalizzato ad ottimizzare la soddisfazione di tali bisogni.

Questa scelta ha voluto dire prendere sin dall'inizio della sua storia alcune decisioni innovative. Infatti, funzionale a tale modello è innanzitutto l'offerta di un'ampia varietà di prodotti finanziari che includano anche quelli di società terze, secondo il modello di architettura aperta. L'estensione di questa offerta, anche internazionale, è condizione necessaria per rendere possibile il servizio di consulenza qualificata fornito dai Promotori Finanziari e dai Private Banker di Banca Generali, in quanto permette una più efficace identificazione dei prodotti che meglio rispondono alle esigenze e caratteristiche dei clienti e affronta alla radice le problematiche legate al conflitto di interessi tra questi e il fornitore del servizio.

Banca Generali ha deciso dunque di introdurre anche in Italia questo modello, saldamente affermato nei mercati finanziari più evoluti al mondo. Sebbene sia ancora di recente introduzione nel nostro mercato, questa impostazione si sta ora rapidamente diffondendo e, per quanto riguarda Banca Generali, ha già condotto a esiti apprezzabili in termini di soddisfazione della clientela e di sviluppo dell'attività. 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 e ne sostenga una sua coerente applicazione.

All'interno di questa visione generale, sostenuta nel tempo da scelte coerenti ed innovative, sono quattro le caratteristiche chiave che identificano l'approccio al business di Banca Generali:

- Il cuore dell'offerta è rappresentato da un servizio di consulenza professionale che consenta, attraverso i propri Promotori Finanziari e Private Banker, di individuare e soddisfare al meglio i bisogni finanziari e previdenziali soprattutto di lungo periodo dei clienti;
 - concentrare la distribuzione sul ruolo del Promotore Finanziario/Private Banker, coerente con il segmento di clientela prevalente della banca, vuol anche dire promuoverne un continuo aggiornamento professionale e qualitativo, mettendolo in condizione di offrire un servizio competente e continuativo su tutto il territorio nazionale;
 - condizione base per tale offerta è anche la disponibilità di una gamma completa di prodotti e servizi bancari e d'investimento -sia del Gruppo che delle migliori società a livello nazionale e internazionale- in modo da dare coerenza ai concetti di scelta ottimale e di personalizzazione tailor made;
 - infine, questo approccio mira a valorizzare e a giovare al massimo livello delle potenzialità insite nel marchio Generali, sinonimo di affidabilità, solidità e competenza.
- Pur ponendo al centro dell'offerta la professionalità dei propri collaboratori in un rapporto diretto e personalizzato con clientela di qualità, il servizio ai clienti si giova anche delle più moderne risorse offerte dalla multicanalità, garantita da un'ampia gamma di servizi telematici, da 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 e prodotti finanziari 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 oltre 1.300 prodotti, propri e di 29 società terze.

La presenza di alcune società di wealth management di Gruppo, accanto a quelle di terzi, consente non solo una diversificazione produttiva ad integrazione dell'attività di consulenza e di distribuzione, ma anche la disponibilità di competenze gestionali specialistiche indispensabili tra l'altro per fornire ai propri consulenti una approfondita lettura del contesto economico-finanziario in cui avvengono le scelte d'investimento della clientela.

L'offerta del Gruppo è agevolata e completata dalla disponibilità di una piattaforma bancaria dotata di un'ampia gamma di prodotti e servizi che consente dunque al cliente di Banca Generali di veder coperto intera-

mente il panorama delle proprie necessità di risparmio e di investimento, in modo integrato con la gestione della liquidità e dei pagamenti quotidiani.

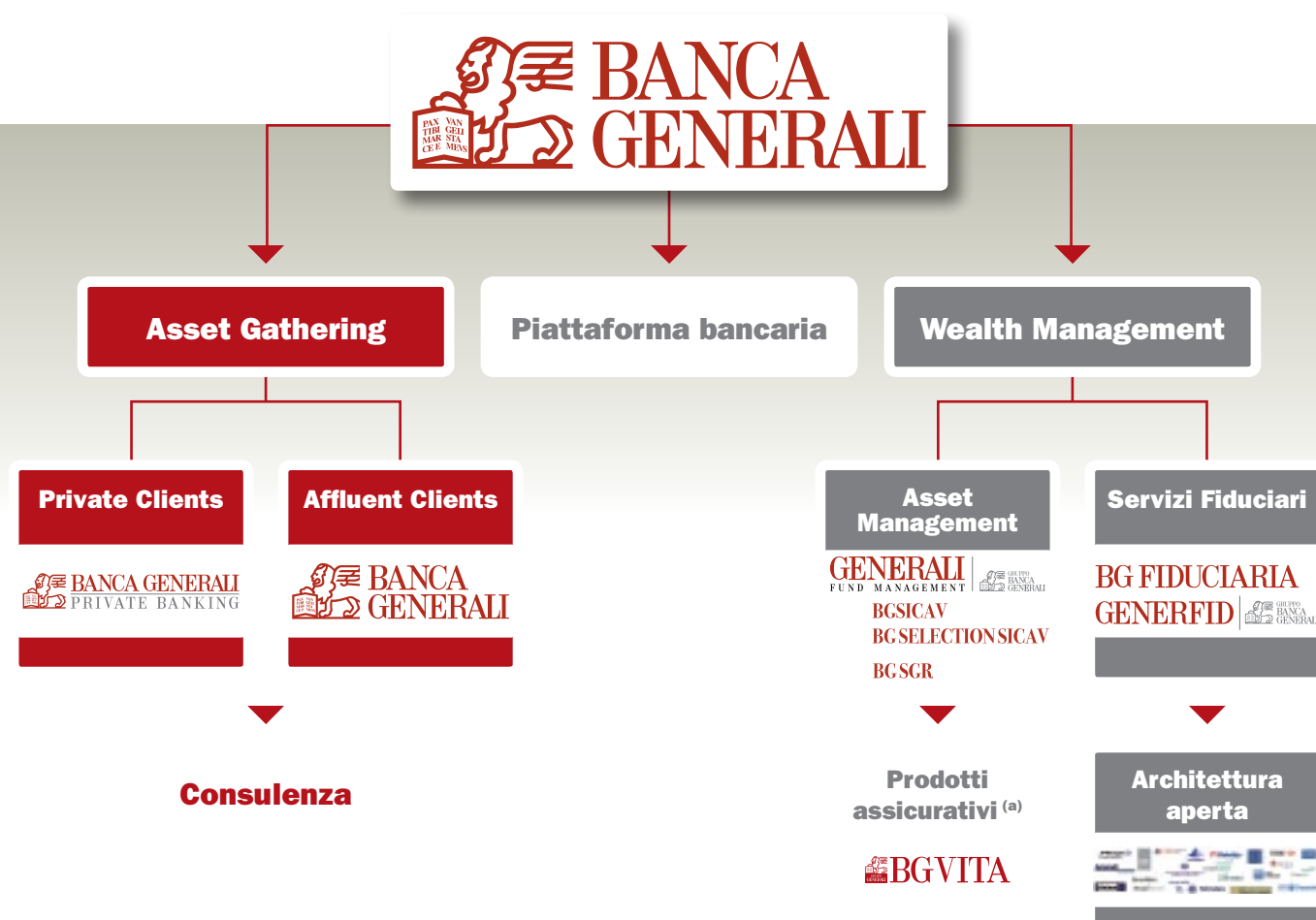
Banca Generali ha due reti dedicate a differenti tipologie di clientela, in modo da meglio dare riscontro alle diverse esigenze dei propri clienti e superare un approccio indifferenziato al mercato:

- la rete di Promotori Finanziari di Banca Generali provvede ai bisogni della clientela affluente, definita da una buona disponibilità di risorse finanziarie attuali o prospettive (finalizzate soprattutto ad un ottica di

medio-lungo periodo) e da un approccio culturale evoluto;

- la Divisione Private Banking di Banca Generali è dedicata invece al servizio della clientela private, caratterizzata da una dimensione delle risorse disponibili e da una sofisticazione dell'approccio finanziario richiesto ancora maggiori.

Dei servizi e prodotti di Banca Generali e delle competenze in essa presenti si giovano infine svariate società del Gruppo Generali con evidenti benefici reciproci.



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

LINEE STRATEGICHE DI SVILUPPO

Le prospettive di crescita di 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 volatile dei mercati finanziari, con contestuale contenimento dei costi attraverso una costante opera di ottimizzazione dei processi e di 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 una larga parte dell'utile realizzato);
- focus verso strategie di sostenibilità (vedi capitolo seguente) rivolte agli stakeholder della Banca.

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 diffonderne 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 societarie, sia la forza finanziaria per farle. In un mercato in progressivo consolidamento è una prospettiva che deve tuttavia trovare occasioni qualitative idonee a rinforzare nel medio termine sia il posizionamento competitivo sia la redditività aziendale.

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

La strategia di sostenibilità di 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, riducendo i rischi legati sia alla volatilità del contesto economico-finanziario in cui la banca opera, sia ad una inadeguata pianificazione di obiettivi, influenzata da esigenze 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 di 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).

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Banca Generali si adopera per la diffusione di messaggi chiari e trasparenti attraverso una strategia di comunicazione in linea ai valori e ai codici di condotta del Gruppo. Il dialogo con la comunità finanziaria viene assicurato con un flusso completo e costante di informazioni sia sui media, sia sul proprio sito internet, così come tramite incontri dedicati.

Il sito internet istituzionale viene costantemente aggiornato per mantenerne inalterati i presupposti di razionalità e fruibilità a favore degli utenti che possono facilmente ritrovarvi le ultime notizie, iniziative o le novità di prodotto. Si compone di varie sezioni, tra cui una dedicata alla sostenibilità, contenenti documenti ufficiali e, in generale, tutte le più importanti informazioni che possono interessare investitori, azionisti, giornalisti. Il sito, consultabile sia in italiano sia in inglese, viene costantemente monitorato attraverso le statistiche di accesso, per comprenderne meglio l'utilizzo e tararne l'impostazione, e aggiornato per rispondere alle aspettative del mercato. Si segnala che sono attualmente allo studio iniziative per informare ulteriormente gli stakeholder con una newsletter approfondita volta a fotografare lo stato della Banca, del mercato e dei principali concorrenti. Sono in fase di completamento il restyling grafico del sito www.bancagenerali.it che sarà maggiormente focalizzato alle esigenze dei consumatori e caratterizzato dalla semplicità e immediatezza di utilizzo, cui seguirà quella del sito istituzionale www.bancagenerali.com con ulteriori sezioni per i giornalisti e sulle notizie della banca. In fase di lancio anche quello della controllata Generali Fund Management completo di tutta la normativa richiesta e della possibilità di consultare le quotazioni giornaliere dei fondi distribuiti. Allo studio anche soluzioni volte a favorire lo sfruttamento dei canali di diffusione dei social network.

L'intranet aziendale è uno strumento dedicato a tutti i collaboratori delle società che agevola la comunicazione di Gruppo consentendo la pubblicazione di informazioni di carattere operativo, progetti, eventi e note organizzative.

Nell'ambito della comunicazione editoriale, il Gruppo privilegia strumenti che minimizzano l'impatto ambientale e sono in grado di garantire informazioni tempestive. Precedentemente denominata *Generali Group Reporters*, la rivista elettronica ilbollettino.com ha un taglio sempre più istituzionale e veicola notizie

provenienti da tutto il Gruppo, che sono elaborate con approccio giornalistico e supportate dalla multimedialità e dall'interattività rese possibili dal web. Destinatari delle comunicazioni sono tutti i dipendenti del Gruppo. Le notizie apparse su ilbollettino.com che sono ritenute più interessanti per i dipendenti vengono pubblicate anche sulle newsletter. Diffuse con cadenza quindicinale, queste ultime prevedono una versione italiana, lanciata nel 2009, e una internazionale, messa a punto nel 2010.

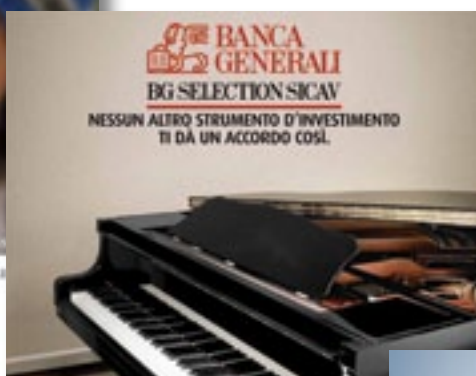
La politica di comunicazione sviluppata nei confronti dei media è basata sulla trasparenza e sul massimo impegno nel garantire all'informazione accessibilità, chiarezza e accuratezza, nel rispetto della regolamentazione in materia di diffusione delle informazioni. Gli strumenti utilizzati a tal fine sono rappresentati da comunicati stampa, interviste, incontri, eventi e relazioni tra i Vertici Aziendali e i giornalisti economico-finanziari. Nel 2011 sono stati diffusi complessivamente 25 comunicati stampa e il gruppo Banca Generali è stato oggetto di quasi 1000 articoli apparsi sulle principali testate nazionali, siti, e organi di informazione specializzati.

La comunicazione di Brand trasmette i valori della Banca e l'impegno nel sociale attraverso eventi ed iniziative accurate. A partire dalle scelte dei testimonial: Federica Brignone promessa dello sci azzurro e Alex Del Piero grande campione di calcio sensibile alle tematiche sociali. Entrambi rappresentano valori come: dinamismo, correttezza e professionalità che contraddistinguono Banca Generali. I testimonial hanno accompagnato iniziative sportive interne alla banca, pubblicitarie di prodotto ed eventi commerciali.

L'immagine di Banca Generali al fianco dei valori dello sport quali, disciplina, correttezza, integrazione e rispetto viene ulteriormente rafforzata ed evidenziata dall'iniziativa "Banca Generali Un Campione per amico"; un grande evento itinerante in 9 Piazze italiane che ha visto la partecipazione di circa 12 mila bambini impegnati nelle rispettive discipline dei quattro campioni protagonisti (Adriano Panatta, Andrea Lucchetta, Jury Chechi e Ciccio Graziani). Le maggiori testate giornalistiche nazionali e televisive hanno seguito con notevole interesse le manifestazioni dando notevole risonanza al marchio e all'impegno di Banca Generali nella sensibilizzazione ai valori dello sport e allo spirito propedeutico dell'iniziativa.

Campagne pubblicitarie: A tre anni dai primi lanci dell'innovativa famiglia di fondi di fondi - BG Selection Sicav - Banca Generali ha lanciato una campagna stampa su tutte le principali testate nazionali di quotidiani e periodici che ne sottolinea il successo grazie al contributo di diversi Partner di assoluto rilievo. La creatività riprendeva il tema musicale che ha finora accompagnato passo dopo passo l'immagine BG Selection Sicav, a

metafora dell'armonia e professionalità che emergono in una composizione strumentale, così come nella diversificazione di un portafoglio. Protagonista sui giornali nazionali a fine febbraio 2011 anche la *testimonial* Federica Brignone in occasione della celebrazione della medaglia d'argento ai mondiali di Garmish. E' stata infine, rivista la creatività istituzionale orientata ai valori e ai simboli di solidità del Gruppo Generali.



L'assetto organizzativo

STRUTTURA SOCIETARIA, MANAGEMENT E COLLABORATORI

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.

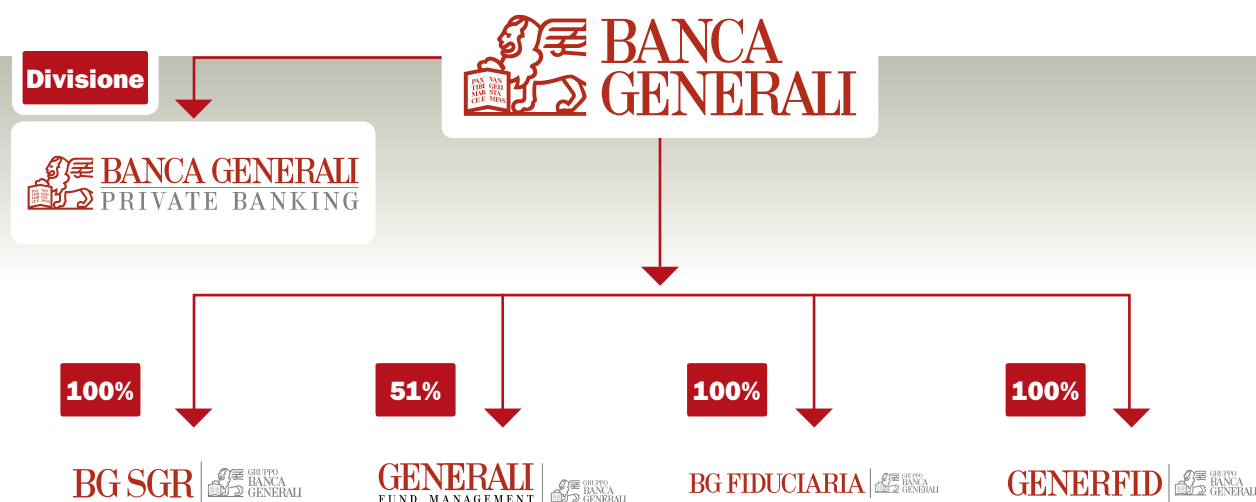
Inoltre, il Gruppo opera per mezzo di specifiche "Società Prodotto" che svolgono un'attività specializzata nell'ideazione di prodotti e servizi di investimento, nonché nell'asset management.

Le società che fanno capo a 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 Promotori Finanziari/Private Banker;

- **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 dell'esercizio 2011 la progettualità e gli investimenti in ambito organizzativo si sono focalizzati su attività volte a migliorare l'efficacia operativa, con innovazioni sia tecnologiche sia di adeguamento normativo.

I principali interventi possono essere così suddivisi tra la Capogruppo Banca Generali e le Società Controllate:

- Banca Generali:

- a) per i servizi alla rete di vendita, nell'ambito della piattaforma tecnologica dedicata al canale distributivo dei promotori finanziari, si è intervenuti con mirate azioni di sviluppo applicativo a supporto di funzionalità evolutive, atte a ottimizzare l'attività operativa; inoltre la rete dei promotori finanziari è stata dotata di laptop professionali e chiavette USB con possibilità di accesso qualificato e sicuro alle applicazioni della Banca;
- b) per i servizi alla clientela, coerentemente al processo di miglioramento continuo dei servizi alla stessa diretti, è stata prevista la possibilità di ricevere la documentazione relativa alla rendicontazione alla clientela in modalità elettronica sulla piattaforma di Internet Banking, nonché di usufruire in mobilità delle principali funzionalità informative e dispositive attraverso una specifica applicazione di mobile banking;
- c) per quanto attiene alle attività di presidio volte ad assicurare la continuità operativa, si è provveduto ad avviare l'implementazione delle soluzioni previste nel revisionato modello di business continuity plan;
- d) è stata avviata la progettazione, ed in alcuni ambiti la completa realizzazione, di soluzioni digitali su uno spettro diversificato di processi aziendali;
- e) infine, sul fronte regolamentare sono stati attuati diversi adeguamenti di carattere normativo che hanno indotto revisioni e modifiche alle procedure bancarie, tra i quali quelli più rilevanti attengono alle materie dell'antiriciclaggio, della fiscalità e della trasparenza bancaria.

- Società controllate:

- a) per BG SGR, il business specifico non ha richiesto significativi sviluppi, fatto salvo l'adeguamento alla nuova disciplina fiscale sui fondi comuni italiani, mentre è stata svolta una propedeutica attività di

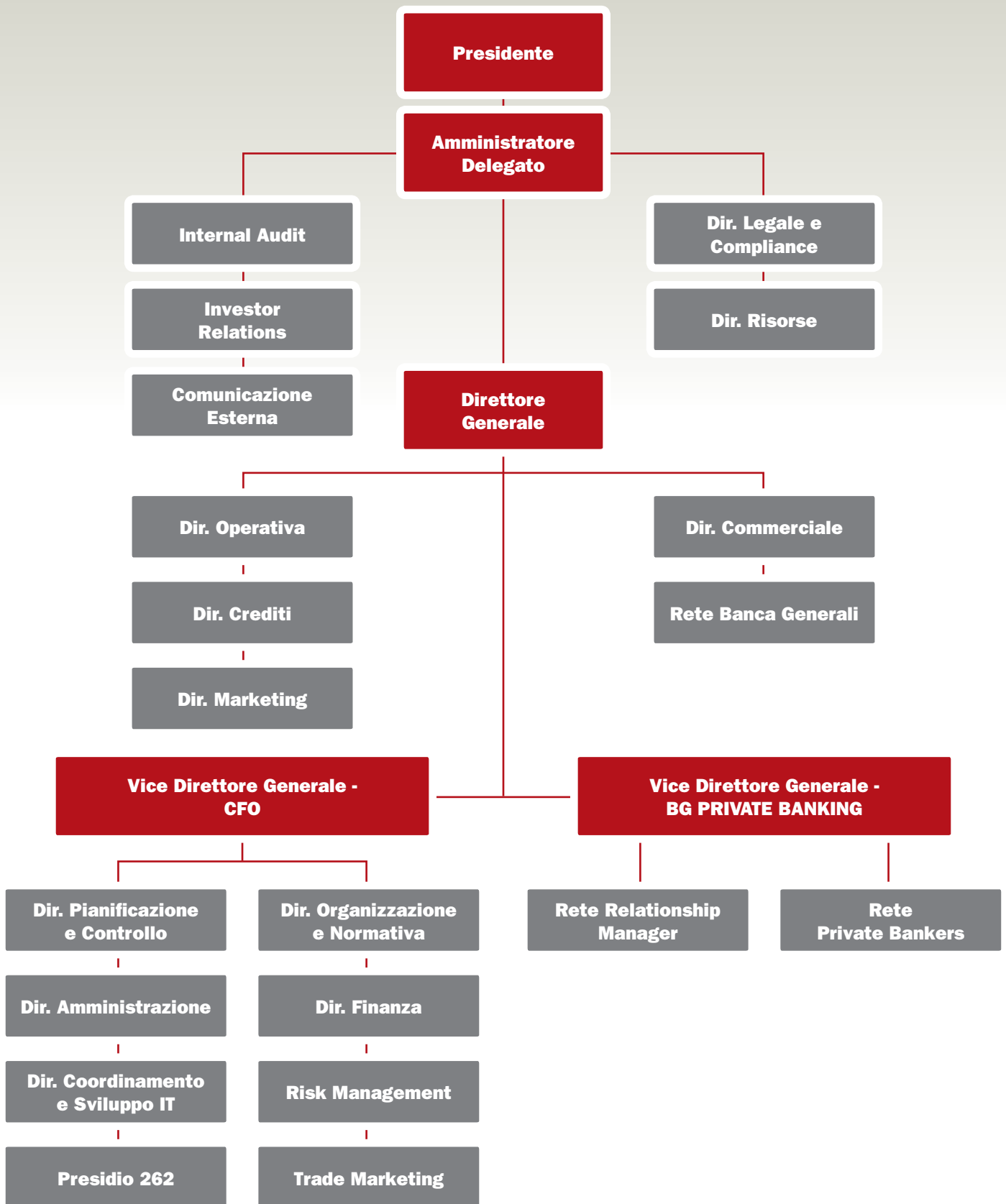
analisi funzionale alle operazioni societarie che nel corso dell'esercizio 2012 condurranno ad una completa integrazione della SGR nelle realtà del Gruppo Bancario;

- b) per Generali Fund Management, l'attività sull'ambito organizzativo e informatico si è concentrata sull'automazione dei processi operativi per lo svolgimento dei servizi di investimento;
- c) per BG Fiduciaria SIM, nel corso dell'esercizio di riferimento si è agito in regime di ordinaria manutenzione evolutiva e di adeguamento alle normative di settore;
- d) per Generfid, in funzione di possibili evoluzioni normative del settore di appartenenza, anche nel corso del 2011 è proseguita la revisione dei processi e degli applicativi informatici a supporto dell'operatività che hanno condotto all'accordo con un nuovo outsourcer informatico di consolidata esperienza per il business specifico e già utilizzato da BG Fiduciaria SIM.

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 la Remunerazione e nomine;
- E. Comitato Controllo e Rischi;
- 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.

In ottemperanza alle indicazioni contenute nella Relazione redatta dal Consiglio di Amministrazione ai sensi del provvedimento della Banca d'Italia dell'11 gennaio 2012 e dell'art. 2 del Codice di Autodisciplina per le società quotate, relativa alla composizione quali-quantitativa ritenuta ottimale del Consiglio di Amministrazione, lo stesso si compone attualmente di 10 membri, di cui 1 solo amministratore esecutivo e 9 non esecutivi, di cui 6 indipendenti (ai sensi dell'articolo 37 comma 1 lettera d) del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 16191 del 29 ottobre 2007 e successive modifiche ed integrazioni).

La composizione anagrafica degli amministratori di Banca Generali è la seguente: 1 amministratore di età superiore ai 60 anni, 8 amministratori di età compresa tra i 40 e i 60 anni ed 1 amministratore di età compresa fra i 30 e 40 anni). Inoltre Banca Generali ha volontariamente deciso che nella definizione ritenuta ottimale della composizione del Consiglio di Amministrazione doveva essere considerato anche un criterio di genere, prevedendo che almeno uno dei componenti il Consiglio di Amministrazione venisse individuato tra gli appartenenti al genere meno rappresentato. Ciò premesso, attualmente 1 amministratore di Banca Generali appartiene al genere meno rappresentato.

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.

Inoltre, considerato quanto indicato:

- dal criterio applicativo 1.C.1 lettera g) del Codice di Autodisciplina per le Società quotate (adottato da Banca Generali sin dall'ottobre 2006), che prevede che il Consiglio di Amministrazione effettui una volta all'anno, una valutazione sul funzionamento del consiglio stesso e dei suoi comitati nonché sulla loro dimensione e composizione, tenendo anche conto di elementi quali le caratteristiche professionali, di esperienza, anche manageriale, e di genere dei suoi componenti, nonché della loro anzianità di carica;
- dal Provvedimento del Governatore della Banca d'Italia del 4 marzo 2008 "Disposizioni di vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche" nelle linee applicative relative al punto 3. Composizione degli organi sociali, che prevede che l'idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza, rientri nelle valutazioni di competenza dell'organo di appartenenza, che dovrà accertarla ed assicurarla nel continuo e che il Consiglio sia tenuto ad accertare e valutare nel continuo il numero di incarichi di analoga natura ricoperti dai propri componenti, ponendo l'attenzione su quelli che richiedono un maggiore coinvolgimento nell'ordinaria attività aziendale;

Il Consiglio di Amministrazione di Banca Generali nel febbraio 2012 ha effettuato la valutazione prevista dal Codice di Autodisciplina e dalle Disposizioni di Vigilanza, esprimendo un giudizio senza rilievi (i) sulle dimensioni e sul funzionamento del Consiglio di Amministrazione di Banca Generali S.p.A., sugli organi da questo delegati, nonché sui Comitati Consiliari istituiti (ii) sulla idoneità degli esponenti a svolgere le proprie funzioni, sotto il profilo della professionalità, della disponibilità di tempo e, ove richiesta, dell'indipendenza (iii) e sull'adeguatezza e sull'ef-

ficacia delle disposizioni contenute nel Regolamento sul funzionamento del Consiglio di Amministrazione.

Infine, 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, anche ai sensi di quanto indicato nelle "Disposizioni di Vigilanza in materia di organizzazione e governo societario delle banche" di cui al Provvedimento di Banca d'Italia n. 264010 del 4 marzo 2008, che prevedono che il Presidente deve avere un ruolo non esecutivo e non svolgere, neppure di fatto, funzioni gestionali salva la facoltà di rivestire, in casi eccezionali, compiti di supplenza dei componenti esecutivi, 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 e di coordinamento delle strategie di comunicazione della Società.

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

Il Comitato Controllo e Rischi, composto da 4 amministratori non esecutivi e indipendenti, è invece l'organo

preposto: ad assistere il Consiglio di Amministrazione nella determinazione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nella verifica periodica della sua adeguatezza rispetto alle caratteristiche della banca e al profilo di rischio assunto nonché del suo effettivo funzionamento, assicurando altresì che i principali rischi aziendali (creditizi, finanziari e operativi) siano identificati, adeguatamente misurati, gestiti e monitorati determinandone il grado di compatibilità con una gestione d'impresa coerente con gli obiettivi strategici individuati, in collegamento con le funzioni aziendali preposte; il Comitato Controllo e Rischi esprime inoltre il proprio parere in materia di operazioni con parti correlate, secondo le modalità ed i termini stabiliti dalla Procedura approvata da Banca Generali in materia di operazioni con parti correlate, ai sensi della normativa e regolamentazione vigente, ed assiste il Collegio Sindacale, in materia di revisione legale dei conti, in conformità alle disposizioni di cui al D. Lgs. 27 gennaio 2010 n. 39.

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 spettano, oltre al rimborso a piè di lista delle spese incontrate per la partecipazione alle sedute, un compenso annuo lordo fisso.

Si segnala che è stata presentata e approvata dall'Assemblea degli Azionisti una relazione inerente la politica retributiva del management della società e del Gruppo ai sensi del Provvedimento di Banca d'Italia del 30 marzo 2011 "Disposizioni in materia di politiche e prassi di remunerazione e incentivazione nelle banche e nei gruppi bancari" ed ai sensi della disciplina Consob che ha razionalizzato le disposizioni vigenti sulla trasparenza

informativa della remunerazione degli esponenti degli emittenti titoli quotati.

In generale la politica retributiva di Banca Generali è finalizzata a perseguire la ricerca del miglior allineamento tra l'interesse degli azionisti e quello del management del Gruppo Bancario, soprattutto in un'ottica di lungo periodo, attraverso un'attenta gestione dei rischi aziendali ed il perseguimento delle strategie di lungo periodo.

Proprio per meglio perseguire tale finalità, a partire dall'esercizio 2010, le politiche retributive sono state allineate alle raccomandazioni del Governatore della Banca d'Italia in materia di "sistemi di remunerazione e incentivazione" emanate con il Provvedimento n. 321560 del 28 ottobre 2009. In tale contesto sono stati equiparati la componente variabile della retribuzione dei dirigenti ed i piani di incentivazione dei manager di rete, al fine di garantire il massimo allineamento ai nuovi principi tra tutto il personale di rilievo operante all'interno del Gruppo Bancario.

In tale ambito, a partire dall'esercizio 2010, per i dirigenti con responsabilità strategica operanti all'interno di Banca Generali, nonché per gli altri dirigenti e per i manager di rete che hanno maturato nel corso dell'esercizio un bonus superiore a 75.000,00 euro, è stato applicato un sistema di differimento dell'erogazione del compenso variabile per una quota pari al 40% del bonus maturato. Più in dettaglio, il 60% dell'importo spettante viene erogato nell'esercizio successivo, dopo la verifica da parte del Consiglio d'Amministrazione dei risultati economici e di solidità patrimoniale riguardanti l'esercizio in oggetto, mentre una quota pari al 20% sarà erogata nell'esercizio successivo ed il rimanente 20% a distanza di un ulteriore esercizio, previa verifica, in entrambi i casi, del raggiungimento del gate di accesso predeterminato.

Infatti sempre a partire dall'esercizio 2010, al fine di parametrare ancor più saldamente ad indicatori pluriennali di misurazione delle performance la remunerazione variabile del personale dirigenziale ed al fine di tener conto anche dei rischi attuali e prospettici, del costo del capitale e della liquidità necessari a fronteggiare le attività intraprese, la erogazione del bonus è stata collegata, oltre all'effettivo risultato raggiunto da ciascun manager, ad un gate d'accesso comune a tutto il personale operante nel Gruppo Bancario.

Anche per l'esercizio 2011 le principali posizioni manageriali e professionali sono state valutate e "pesate" secondo il metodo dei punti HAY e questo ha reso possibile l'applicazione di efficaci meccanismi di monitoraggio delle dinamiche retributive, anche avuto riguardo ai mercati di riferimento.

Attraverso le componenti fisse sono state remunerate le competenze manageriali e tecniche possedute dai dipendenti nella copertura dei ruoli loro assegnati, al fine di garantire la continuità manageriale e di perseguire efficaci politiche di equità retributiva interna e di competitività nei confronti del mercato esterno. Attraverso le componenti variabili ricorrenti della remunerazione e gli incentivi di lungo termine (quali piani di stock option, piani di stock granting e sistemi di bonus differiti) si è inteso perseguire invece in maniera diretta il principio dell'allineamento tra gli interessi degli azionisti e quelli del management.

Per l'Amministratore Delegato ed i Dirigenti è stato utilizzato un meccanismo di Management by Objectives, coerente con il raggiungimento dei risultati economici e finanziari indicati dal budget 2010 e con indicatori volti ad apprezzare la ponderazione dei rischi aziendali. Il sistema di Management by Objectives è stato collegato al principio delle Balanced Scorecards, al fine di ricercare il massimo allineamento strategico del management.

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 sopra menzionata politica di remunerazione approvata dall'Assemblea degli Azionisti.

GLI ORGANI PER LO SVILUPPO DELLA SOSTENIBILITA'

La responsabilità a livello di Gruppo Bancario in materia di sostenibilità è attribuita al Direttore Generale che implementa le strategie definite dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo fissando le linee guida fondamentali.

Il Comitato per la Sostenibilità è l'organo decisionale con competenze a livello di Gruppo Bancario in materia di sostenibilità. A tale Comitato spetta definire e riesaminare le politiche socio-ambientali, in coordinamento con le linee guida ed i principi definiti dall'analogo Comitato della Capogruppo Assicurazioni Generali, nonché, tra l'altro, definire le opportunità, i rischi, le aree di miglioramento, e contenuti e le modalità di rendicontazione connesse alla sostenibilità.

Il Comitato è composto dal Direttore Generale, che lo convoca e lo presiede, dal Vice Direttore Generale vicario, dai Responsabili della Direzione Amministrazione, della Direzione Legale e Compliance, della Direzione Marketing, della Direzione Operativa, della Direzione Risorse, e del Servizio Comunicazione Esterna.

Il Comitato per la Sostenibilità è l'organo decisionale con competenze a livello di Gruppo in materia di sostenibilità. A tale Comitato spetta definire le politiche socio-ambientali, fissare gli obiettivi e i risultati da raggiungere nonché valutare le opportunità, i rischi e le aree di miglioramento connesse alla sostenibilità del Gruppo.

Il Comitato si riunisce due volte all'anno per l'analisi dei risultati riportati nel Bilancio di Sostenibilità e per un momento di confronto in merito al raggiungimento degli obiettivi fissati, alle difficoltà incontrate e ai problemi ancora aperti. Il Comitato per la Sostenibilità è stato istituito nel corso del 2011.

Sistema dei controlli interni

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

Il sistema dei controlli interni è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative che mirano ad assicurare il rispetto delle strategie aziendali e nel contempo vuole conseguire:

- l'efficacia e l'efficienza dei processi aziendali;
- la salvaguardia del valore delle attività e protezione dalle perdite;
- l'affidabilità e l'integrità delle informazioni contabili e gestionali;
- la conformità operativa con la legge, la normativa di vigilanza, le politiche, i piani, i regolamenti e le procedure interne;
- diffusione della cultura di controllo anche con interventi formativi ai vari livelli.

Il Gruppo Bancario Banca Generali ha disegnato un modello di controllo interno coerente con le migliori pratiche nazionali ed internazionali, minimizzando i rischi di inefficienza, sovrapposizione dei ruoli e sub-ottimalità del sistema. Banca Generali ha quindi articolato il suo sistema su tre livelli:

- controlli di linea, o di primo livello, diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni. Sono effettuati dalle strutture produttive o incorporati nelle procedure;

controlli di secondo livello:

- controlli sulla **gestione dei rischi dell'impresa**, volti ad individuare, misurare, controllare e gestire tutti i rischi (credito, mercato, operativi, strategici, ecc.)
- **controlli di compliance**, volti a prevenire il rischio di non conformità alle norme in materia di prestazione dei servizi.

Questi controlli in Banca Generali sono affidati a:

- **funzione di Compliance** per quanto attiene la prevenzione del rischio di non conformità alle norme, ivi compreso il rischio di riciclaggio e finanziamento al terrorismo;
- **funzione di Risk Management** finalizzata a individuare, misurare, controllare e gestire gli altri rischi (credito, mercato, operativi, strategici, ...);
- revisione interna (o controlli di terzo livello), affidati alla **funzione di Internal Audit**, che svolge controlli atti a individuare andamenti anomali, violazioni delle procedure e della regolamentazione, nonché a valutare la funzionalità del complessivo sistema dei controlli interni e di gestione dei rischi.

A tali attività si aggiungono le attività svolte dalla **funzione di Presidio 262**, la quale svolge un ruolo di riferimento, indirizzo e coordinamento per il Gruppo Bancario in tema di governo del rischio amministrativo - contabile, ai sensi della Legge n. 262/2005;

Nel corso del 2011 è proseguita l'attenzione alle attività di *fraud prevention* e sono altresì proseguite le attività di contrasto alla commissione dei reati previsti dal Decreto 231/01.

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 Controllo e Rischi	<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 Controllo e Rischi**, 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 e gestione dei rischi.

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 sviluppo 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*.

All'interno della funzione di *compliance*, nel corso del 2011, è stata istituita la funzione antiriciclaggio e contrasto finanziario al terrorismo quale presidio indipendente specificamente deputato a prevenire e contrastare la realizzazione di operazioni di riciclaggio e di finanziamento del terrorismo. La predetta funzione, in conformità a quanto richiesto dalla normativa, è dotata di risorse qualitativamente e quantitativamente adeguate, riferisce direttamente agli organi di vertice ed ha accesso a tutte le attività della Banca nonché a qualsiasi informazione rilevante per lo svolgimento dei propri compiti.

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.

Banca Generali è dotata 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 rag-

giungere 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'ideale 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 ricono-

sciute 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 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.

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

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 i dipendenti ed 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 2011 non risultano episodi accertati che ricadono nell'applicazione della citata normativa.

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 e finanziamento del terrorismo.

Per quanto in particolare concerne la fattispecie del riciclaggio e finanziamento del terrorismo, si evidenzia che il Gruppo Bancario - in ottemperanza al Provvedimento di Banca d'Italia del 10 marzo 2011 in materia di organizzazione, procedure e controlli interni - ha istituito, a decorrere dal 1° settembre 2011, una Funzione Antiriciclaggio di Gruppo specificamente deputata al presidio del rischio in questione ed ha promulgato in pari data la "Policy di gestione del rischio riciclaggio e di finanziamento del terrorismo" cui tutti i dipendenti e collaboratori devono attenersi. Il Gruppo Bancario si è dotato inoltre di normativa interna costantemente aggiornata nonché di appositi software/applicativi che concorrono a fornire gli strumenti per aumentare la conoscenza della propria clientela ed il monitoraggio della sua operatività. Con l'obiettivo di valutare la conformità dei relativi processi a quanto previsto dalla normativa vigente, vengono effettuate verifiche periodiche da parte della citata funzione. Stante la centralità della formazione in materia al fine di

una efficace prevenzione del rischio, la fruizione del corso antiriciclaggio on-line relativa all'anno 2011 da parte del personale dipendente e dei collaboratori di sede si assesta oltre l'89%, mentre per quanto concerne la Rete è stata completata al 100%. Nel corso del 2011 sono stati effettuati ulteriori interventi formativi in aula destinati alle figure manageriali di Rete volti ad approfondire le tematiche relative all'individuazione e segnalazione di operazioni sospette e alla verifica rafforzata sulla clientela con maggior rischio di esposizione a fenomeni di riciclaggio e finanziamento del terrorismo.

Nel 2011 il Gruppo non risulta essere stato coinvolto in fenomeni di riciclaggio o di finanziamento del terrorismo.

Sempre a fini di fronteggiamento e contenimento dei rischi operativi (e dei conseguenti possibili danni economici e reputazionali) il Gruppo persegue l'obiettivo primario di garantire la continuità dei processi critici ed un ottimo livello di servizio ai clienti nel caso di interruzioni accidentali dell'operatività dovuta a fattori endogeni o esogeni di carattere eccezionale.

In linea con la normativa della Banca d'Italia, il Gruppo ha a tal fine predisposto un piano di continuità operativa (BCP) volto a supportare una reazione rapida ed adeguata in caso di eventi eccezionali e di gravità tale da compromettere l'attività del Gruppo.

Il piano intende garantire in particolare:

- il ripristino delle funzioni critiche di business;
- il rispetto degli obblighi contrattuali;
- il mantenimento della fiducia da parte dei clienti e di tutti i partner;
- le comunicazioni verso l'interno e verso l'esterno.

Codici volontari

Nel perseguire i propri obiettivi di crescita, 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 sia ai rapporti con partiti politici, organizzazioni sindacali e associazioni che ai rapporti con le Pubbliche Amministrazioni e Autorità indipendenti. 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. I rapporti con le Istituzioni Pubbliche sono improntati a principi di correttezza, trasparenza, collaborazione e non ingerenza. Il Gruppo rifiuta pertanto qualsiasi comportamento di natura anche solo apparentemente collusiva o comunque tale da pregiudicare i suddetti principi. Banca Generali intrattiene rapporti con gli Organi di Vigilanza afferenti all'attività istituzionale a questi ultimi affidata. Le Società del Gruppo Generali, ciascuna in relazione allo specifico ambito di attività, sono inoltre aderenti alle principali Associazioni di Categoria (ABI, ASSOSIM, ASSORETI, ASSOGESTIONI) e partecipano, ove ritenuto opportuno, ai relativi tavoli di lavoro.

È previsto che il testo sia redatto in lingua italiana e in lingua inglese e pubblicato nel sito internet istituzionale di 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 2011 non risultano pervenute alla funzione competente segnalazioni di violazione del Codice Etico con riferimento a Banca Generali.

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 intrattenuti dalle società del Gruppo Bancario in tutti i Paesi di operatività. Altri codici sono:

- 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 e tra le quali particolare rilievo è attribuito a quelle specificatamente dettate - in conformità a quanto previsto dal Regolamento della Banca d'Italia e della Consob ai sensi dell'articolo 6, comma 2-bis, del Testo Unico della Finanza - a regolamentazione delle operazioni personali dei c.d. Soggetti Rilevanti. Banca Generali si è dotata inoltre di uno specifico applicativo informatico a supporto del processo di gestione delle operazioni personali. Le regole contenute nel Codice interno di comportamento, 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;

c. la **Politica in materia di conflitti d'interesse**, adottata da Banca Generali nel 2007 a seguito dell'entrata in vigore della normativa italiana di recepimento della Direttiva MIFID (con particolare riferimento al già citato Regolamento della Banca d'Italia e della Consob) ed il cui ultimo aggiornamento è in vigore dal 1° ottobre 2010. Tale Politica delinea la metodologia adottata ai fini

dell'individuazione dei conflitti di interesse effettivi e potenziali, descrive le fattispecie generatrici di conflitto di interessi, definendo le relative misure di gestione e specifica il Modello organizzativo per la gestione dei conflitti d'interesse, la cui funzione è di garantire una gestione efficiente dei conflitti nel tempo. La politica in materia di conflitti d'interesse è approvata dal Consiglio di Amministrazione.





Rendicontazione economica



La performance economica del 2011

Il gruppo Banca Generali ha chiuso l'esercizio 2011 con un utile netto di 73,4 milioni di euro, con una riduzione di circa 8,8 milioni di euro rispetto al risultato dell'esercizio 2010 (-10,7%), che aveva però beneficiato dell'affrancamento del goodwill, ed un patrimonio netto pari a 262,4 milioni di euro.

Il margine di intermediazione si contrae lievemente rispetto al 31 dicembre 2010, passando dai 249,8 milioni del 2010 ai 243,7 milioni del 2011 (-2,5%), a seguito di una leggera riduzione delle commissioni nette (-2,8%) pari a -5,5 milioni di euro) e di una rilevante crescita del margine di interesse per 5,8 milioni di euro (+13,4%) derivante dall'andamento del mercato dei tassi di interesse, controbilanciata da una riduzione, rispetto all'esercizio passato, del risultato della gestione degli investimenti in titoli per 6,5 milioni di euro.

Le spese amministrative al 31 dicembre 2011 si sono attestate a 143,3 milioni di euro, in aumento del 2,4% rispetto all'esercizio 2010, con le spese del personale che passano dai 62,5 milioni del 2010 ai 64,8 milioni di euro del 2011 (+3,6%), che scontano però rispetto all'esercizio 2010 un accantonamento di 1,5 milioni di euro inerente un piano di incentivo di lungo periodo per i manager del Gruppo Bancario.

Gli accantonamenti netti ammontano a circa 10,1 milioni di euro, in riduzione del 47,6% rispetto al dato dell'esercizio 2010, e si riferiscono principalmente agli accantonamenti inerenti la rete distributiva; tale riduzione è in parte ascrivibile ad una modifica dell'istituto della valorizzazione del portafoglio previsto per la rete dei promotori finanziari.

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 2011 ammonta a 23,3 miliardi di euro a fronte dei 23,6 miliardi di euro dell'esercizio 2010; inoltre, in aggiunta al suddetto ammontare, al 31 dicembre 2011 si rilevano circa 1,2 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 31,5 miliardi di euro rispetto ai 33,1 miliardi di euro di fine 2010.

Principali indicatori finanziari

PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICO-FINANZIARI			
INDICATORI REDDITUALI CONSOLIDATI (milioni di Euro)	31.12.2011	31.12.2010	VAR. %
Margine di interesse	49,1	43,2	13,4
Commissioni nette	188,0	193,4	-2,8
Dividendi e risultato netto attività di negoziazione	6,7	13,2	-49,2
Margine di intermediazione	243,7	249,8	-2,5
Spese per il personale	-64,8	-62,5	3,6
Altre spese amministrative	-78,6	-77,5	1,4
Ammortamenti	-4,1	-4,1	0,6
Altri proventi di gestione	8,7	8,8	-1,4
Costi operativi netti	-138,8	-135,3	2,6
Risultato operativo	104,9	114,6	-8,4
Accantonamenti	-10,1	-19,2	-47,6
Rettifiche di valore	-6,0	-4,3	38,8
Utile Ante imposte	88,9	91,1	-2,4
Utile netto	73,4	82,2	-10,7
Cost income ratio	55,3%	52,5%	5,2
EBITDA	109,0	118,6	-8,1
ROE	38,93%	41,82%	-6,9
EPS - earning per share (euro)	0,657	0,741	-11,3
RACCOLTA NETTA (milioni di Euro) (Dati Assoreti)	31.12.2011	31.12.2010	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	-11	451	-102,4
Gestioni Portafoglio	-177	314	-156,4
Assicurazioni / Fondi pensione	713	1.171	-39,1
Titoli / Conti correnti	735	-666	210,4
Totale	1.260	1.270	-0,8
ASSET UNDER MANAGEMENT & CUSTODY (AUM/C) (miliardi di euro) (Dati Assoreti)	31.12.2011	31.12.2010	VAR. %
Fondi Comuni e Sicav	5,9	6,6	-11,2
Gestioni Portafoglio	2,8	3,4	-15,6
Assicurazioni / Fondi pensione	7,3	6,8	7,3
Titoli / Conti correnti	7,2	6,8	6,3
Totale	23,3	23,6	-1,4
INDICI DI SOLVIBILITÀ (milioni di Euro)	31.12.2011	31.12.2010	VAR. %
Patrimonio Netto	262,4	281,2	-6,7
Patrimonio di vigilanza	236,5	225,3	5,0
Excess capital	89,1	89,6	-0,5
Tier 1 Ratio (patrimonio base/attività di rischio ponderate)	11,12%	10,95%	1,6
Totale capital ratio (patrimonio di vigilanza/attività di rischio ponderate)	12,84%	13,28%	-3,3
INDICI DI EFFICIENZA DEL PERSONALE (milioni di Euro)	31.12.2011	31.12.2010	VAR. %
numero dipendenti	767	772	-0,6
numero promotori finanziari	1.471	1.499	-1,9
Margine di intermediazione /numero dipendenti	0,32	0,32	-1,8
Asset under management (AUM) /numero promotori	15,81	15,74	0,5

Il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione

METODOLOGIA DI CALCOLO

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 che viene poi distribuita tra le controparti (stakeholder) con le quali il Gruppo stesso 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.

Particolare rilevanza rivestono poi gli azionisti, che si attendono un ritorno economico dei propri mezzi finanziari impegnati nell'impresa ed 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 ammontare adeguato di risorse da destinare agli investimenti produttivi e all'operatività quotidiana, necessari per consentire crescita economica e stabilità dell'impresa in modo da garantire 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 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 2011 e prendendo, come base di riferimento, le linee guida emanate dall'ABI.

Nel corso dell'esercizio 2011 la controllata BG SGR ha deliberato la cessione del ramo di azienda, costituito dai fondi comuni di diritto italiano istituiti e/o gestiti alla consociata Generali Investments Italy Sgr; in ottemperanza a quanto definito dai principi contabili internazionali IAS/IFRS, si è provveduto a riesporre anche i dati di bilancio del 2010 e pertanto nei commenti successivi le variazioni sono riferite a tale situazione economica riesposta.

Si evidenzia inoltre che a seguito dei chiarimenti forniti dalla Banca d'Italia con la recente Comunicazione del 13.02.2012, taluni oneri indiretti del personale, costituiti in prevalenza da rimborsi analitici di spese di trasferta sostenute dai dipendenti, non aventi natura retributiva, sono stati riclassificati fra le spese amministrative. Conseguentemente, anche nella situazione di raffronto relativa all'esercizio 2010, i medesimi oneri indiretti stati ricondotti a tale voce.

LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Banca Generali ha conseguito nel 2011 ricavi netti per 445,3 milioni di euro, in linea con quanto rilevato a fine dicembre dell'esercizio precedente, mentre la dinamica dei consumi ha registrato una espansione di 7,6 milioni rispetto all'esercizio precedente per effetto della significativa espansione 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 310,4 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:

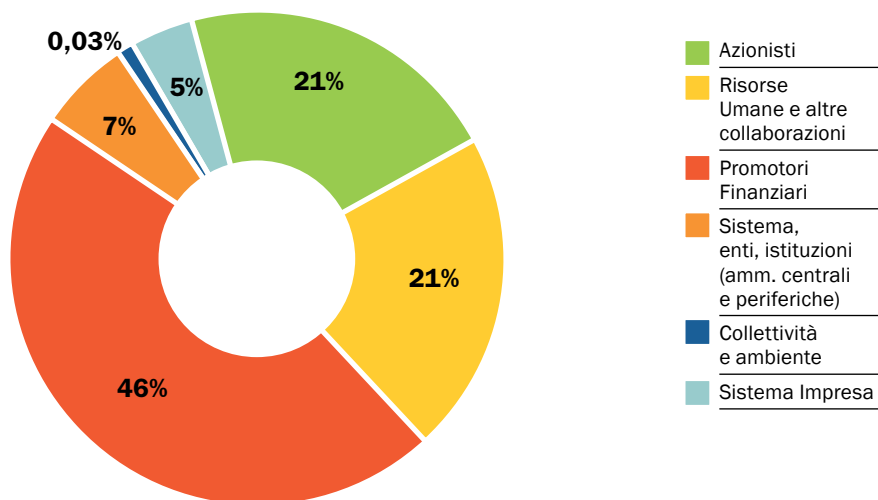
- Le Risorse Umane (dipendenti e altri collaboratori) hanno beneficiato del 20,9% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo prodotto, per un totale di 64,8 milioni di euro, rispetto al 19,6% dell'esercizio precedente.
- I Promotori Finanziari hanno beneficiato del 45,5% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo prodotto, per un totale di 141,3 milioni di euro, rispetto al 47,3% dell'esercizio precedente.
- il Sistema Stato ha rilevato un afflusso di risorse complessive di 22,7 milioni, pari al 7,3% circa del Valore Aggiunto Globale Lordo (4,8% del 2010);
- il 5,2% del Valore Aggiunto (7,8% del 2010), pari a 16,1 milioni, 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 21,1% Valore Aggiunto Globale Lordo rispetto al 20,5% dell'esercizio precedente pur mantenendo un adeguato livello di patrimonializzazione della banca. Circa 4,0 milioni costituiscono l'attribuzione agli azionisti terzi del Gruppo dell'utile di loro pertinenza.

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

	2011	2010
Azionisti	21,06%	20,50%
Risorse Umane e altre collaborazioni	20,87%	19,58%
Promotori finanziari	45,53%	47,27%
Sistema, enti, istituzioni (amm. centrali e amm. periferiche)	7,33%	4,80%
Collettività e ambiente	0,03%	0,04%
Sistema Impresa	5,19%	7,81%
	100,00%	100,00%

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

VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)	2011	2010
A. TOTALE RICAVI NETTI	445.307	446.000
B. TOTALE CONSUMI	-136.752	-129.182
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA	0	0
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	308.555	316.818
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	310.389	319.391
Ripartito tra:		
1. Azionisti	65.370	65.471
Soci privati	61.415	61.327
Utile di esercizio di pertinenza di terzi	3.955	4.144
2. Risorse Umane	206.090	213.520
- costo lavoratori subordinati; spese per contratti a tempo indeterminato e determinato	62.033	60.539
- costo promotori finanziari	141.310	150.977
- costo altre collaborazioni	2.747	2.004
3. Sistema, enti, istituzioni (amministrazioni centrali e amministrazioni periferiche)	22.750	15.334
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	9.396	8.056
Imposte sul reddito dell'esercizio	13.354	7.278
4. Collettività e ambiente	84	119
Elargizioni e liberalità	84	119
5. Sistema Impresa	16.095	24.947
Variazione riserve	12.004	20.880
Ammortamenti	4.091	4.067
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	310.389	319.391

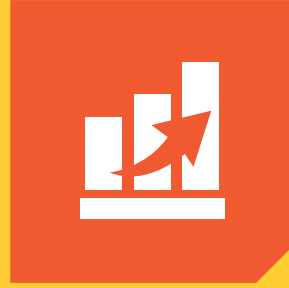


PROSPETTO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO GLOBALE			
VOCI DI BILANCIO (in migliaia di Euro)		2011	2010 (5)
10.	Interessi attivi e proventi assimilati	79.231	56.406
40.	Commissioni attive	350.722	367.645
70.	Dividendi e proventi simili	92.259	73.990
80.	Risultato netto dell'attività di negoziazione	-87.593	-71.018
90.	Risultato netto dell'attività di copertura	0	0
100.	Utile (perdita) da cessione o riacquisto di:	2.022	10.188
	a) crediti	893	3.339
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	1.330	6.894
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	-201	-45
	d) passività finanziarie	0	0
110.	Risultato netto delle att.tà e pas.tà finanz.valutate al fair value	0	0
220.	Altri oneri/proventi di gestione	8.666	8.789
240.	Utili (perdite) delle partecipazioni	0	0
A. TOTALE RICAVI NETTI		445.307	446.000
20.	Interessi passivi e oneri assimilati	-30.172	-13.157
50.	Commissioni passive (1)	-21.450	-23.243
180.b	Altre spese amministrative (2)	-69.083	-69.276
130.	Rettifiche/Riprese di valore nette per deterioramento di:	-5.979	-4.309
	a) crediti	-2.163	-1.919
	b) attività finanziarie disponibili per la vendita	-3.980	-1.625
	c) attività finanziarie detenute sino alla scadenza	164	-765
	d) altre operazioni finanziarie	0	0
190.	Accantonamenti netti ai fondi per rischi e oneri	-10.068	-19.197
200.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività materiali (esclusi ammortamenti)	0	0
210.	Rettifiche/Riprese di valore nette su attività immateriali (esclusi ammortamenti)	0	0
260.	Rettifiche di valore dell'avviamento	0	0
B.TOTALE CONSUMI		-136.752	-129.182
150.	Premi netti	0	0
160.	Saldo altri proventi/oneri della gestione assicurativa	0	0
C. RISULTATO NETTO DELLA GESTIONE ASSICURATIVA		0	0
D. VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO		308.555	316.818
250.	Risultato netto della valutazione al fair value delle attività materiali e immateriali	0	0
270.	Utili (perdite) da cessione di investimenti	-1	0
310.	Utile dei gruppi di attività in via di dismissione al netto delle imposte	1.835	2.573
E. VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO		310.389	319.391
	Ammortamenti	-4.091	-4.067
F. VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO		306.298	315.324
180.a	Spese per il personale (3)	-206.090	-213.520
180.b	Altre spese amministrative: imposte indirette e tasse (4)	-9.396	-8.056
180.b	Altre spese amministrative: elargizioni e liberalità (4)	-84	-119
G. RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE		90.728	93.629
290.	Imposte sul reddito dell'esercizio dell'operatività corrente	-13.354	-7.278
330.	Utile di esercizio di pertinenza di terzi	-3.955	-4.144
H. RISULTATO D'ESERCIZIO DI PERTINENZA DELLA CAPOGRUPPO		73.419	82.207

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) I valori dell'esercizio 2010 sono stati riesposti ai sensi dell'FRS5 al fine di evidenziare l'utile delle attività in via di dismissione.



Relazione
sociale

Gli stakeholder



Gli stakeholder

INTRODUZIONE

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 e i fornitori, 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.

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.

La consapevolezza della centralità che, nel processo di crescita sostenibile, assume il coinvolgimento dei suddetti portatori di interessi ha condotto Banca Generali ad attivare varie forme di dialogo e confronto con gli stessi.

Infatti sono proseguite le attività di dialogo diretto con le singole categorie di stakeholder; in particolare, i dipendenti sono stati coinvolti con indagini di clima, focus, forum tematici di discussione.

Le forme di dialogo con la forza di vendita comprendono incontri, focus group, e convention finalizzati a rilevare la soddisfazione delle reti per il supporto fornito dalle società, a migliorare prodotti e servizi e a condividere le strategie aziendali.

Roadshow, incontri e conferenze di settore rappresentano invece le principali modalità di dialogo con la comunità finanziaria. A esse si aggiunge per gli azionisti la possibilità di comunicare direttamente con la Capogruppo attraverso la sezione Investor Relations del sito internet di Gruppo.

Vengono inoltre condotte molteplici indagini rivolte ai clienti al fine di monitorare il livello di soddisfazione del servizio ricevuto e per capire i bisogni, e i comportamenti della clientela finalizzate a sviluppare e migliorare prodotti e servizi.

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



1. CARATTERISTICHE DELLA CLIENTELA

Dimensione e caratteristiche della clientela

I clienti di Banca Generali nel 2011 sono oltre 240.000, in diminuzione in numero assoluto rispetto all'anno precedente principalmente per la riduzione del numero di clienti residuali, ovvero i clienti con patrimonio limitato investito con il Gruppo Bancario.

NUMERO CLIENTI E DISTRIBUZIONE PER FASCE PATRIMONIALI		
	N. CLIENTI	ASSET UNDER MANAGEMENT (Euro/m)
2010	251.621	23,6
2011	241.896	23,3
var %	- 4%	-1,4%

Non è diminuito infatti il patrimonio medio dei clienti di Banca Generali, con una sostanziale stabilità del patrimonio complessivo in gestione (*asset under management*), in un contesto di mercato in cui i rendimenti negativi di gran parte dei mercati finanziari hanno influito pesantemente sul valore di mercato degli investimenti.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER NUMERO PRODOTTI SOTTOSCRITTI CON IL GRUPPO BANCARIO				
NUMERO PRODOTTI	2011	%	2010	%
Monoprodotto	133.089	55%	143.550	57%
2-4 prodotti	104.403	43%	103.624	41%
Almeno 5	4.404	2%	4.447	2%
TOTALE	241.896	100%	251.621	100%

La soddisfazione e il gradimento della clientela per i prodotti offerti sono confermati anche per il 2011 dal trend di crescita del numero di clienti che hanno sottoscritto più di un prodotto, sia in termini assoluti che di peso percentuale sul numero totale dei clienti.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER FASCIA D'ETÀ				
ETÀ	2011	%	2010	%
fino a 35	18.042	8%	20.288	8%
35 - 50	90.291	38%	98.111	40%
50 - 60	52.988	22%	52.807	21%
60 - 70	38.403	16%	39.289	16%
oltre 70	38.864	16%	38.039	15%
TOTALE*	238.588	100%	248.534	100%

* Il totale clienti non corrisponde a quello indicato nelle tabelle precedenti, perché per alcuni clienti il dato relativo alla fascia d'età non è disponibile.

Nel corso degli ultimi anni non è cambiata la composizione della clientela di Banca Generali per fascia d'età, con una netta prevalenza della fascia dai 35 ai 60 anni, ovvero la popolazione che produce reddito, oltre ad avere disponibilità patrimoniali (mobiliari e immobiliari).

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER AREA GEOGRAFICA				
ZONA	2011	%	2010	%
Centro	47.752	20%	49.424	20%
Isole	10.824	4%	11.694	5%
Nord Est	40.315	17%	41.365	17%
Nord Ovest	101.380	42%	100.292	41%
Sud	40.924	17%	41.504	17%
TOTALE*	241.195	100%	244.279	100%

* Il totale clienti non corrisponde a quello indicato nelle tabelle precedenti, perché per alcuni clienti il dato relativo all'area geografica non è disponibile.

Non è variata rispetto all'anno precedente la distribuzione territoriale della clientela, che per quasi l'80% risiede nelle aree del Centro-Nord, ove maggiore è la distribuzione della ricchezza del Paese.

DISTRIBUZIONE CLIENTI PER SESSO D'APPARTENENZA				
SESSO	2011	%	2010	%
Femminile	94.692	40%	97.750	39%
Maschile	143.860	60%	150.743	61%
TOTALE*	238.552	100%	248.493	100%

* Il totale clienti non corrisponde a quello indicato nelle tabelle precedenti, perché per alcuni clienti il dato relativo al sesso d'appartenenza non è disponibile.

Il 60% dei clienti Banca Generali è rappresentato da uomini e il 40% da donne, in leggero aumento rispetto all'anno precedente, e comunque in linea con la distribuzione della ricchezza in Italia e dei clienti delle istituzioni finanziarie: nel 2011, i sottoscrittori di fondi e sicav in Italia erano per il 57% uomini e 43% donne (dati Assogestioni).

2. RELAZIONI CON LA CLIENTELA

Politiche di prodotto e servizio

Banca Generali vuole essere un'azienda innovativa in grado di adattarsi rapidamente ai cambiamenti di mercato e comunicare con tempestività e chiarezza nuove soluzioni e servizi finalizzati a soddisfare i bisogni dei propri clienti e dei risparmiatori più in generale, ispirandosi ai principi del Codice Etico del Gruppo Generali, di seguito sintetizzati:

- **Correttezza e onestà:** Banca Generali opera nel rispetto della normativa vigente, dell'etica professionale e dei regolamenti interni, che impegnano sia i dipendenti che i Promotori Finanziari e Private Banker su tutto il territorio.
- **Imparzialità:** Banca Generali evita ogni forma di discriminazione basata per esempio sulla nazionalità, il sesso, la razza o la religione; la Banca censisce e tutela unicamente il profilo finanziario e di rischio dei propri clienti, al fine di proporre solo le soluzioni di investimento e protezione più adeguate.
- **Riservatezza:** Banca Generali garantisce, in conformità alle normative vigenti, la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e il loro trattamento con misure idonee ad assicurarne la massima trasparenza ai diretti interessati e l'inaccessibilità ai terzi, se non per giustificati motivi aziendali o in presenza di apposito mandato esterno.
- **Conflitto di interessi:** Banca Generali ha definito una specifica policy interna per eliminare qualsiasi rischio di conflitti di interesse nello svolgimento delle proprie attività, offrendo al tempo stesso sin dalla sua costituzione una piattaforma di prodotti di terzi oltre a prodotti di casa.
- **Libera concorrenza:** Banca Generali basa la propria competitività sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti e non sul discredito dei concorrenti.
- **Trasparenza e completezza dell'informazione:** Banca Generali da sempre punta su informazioni relative ai prodotti e ai servizi offerti trasparenti, comprensibili e accurate affinché i clienti possano prendere decisioni consapevoli.

Nel rispetto dei principi generali sopra esposti, nel corso del 2011 l'innovazione dei prodotti e servizi di Banca Generali ha riservato particolare attenzione alle seguenti tematiche:

ASSENZA DI CONFLITTO DI INTERESSI IN UNA PIATTAFORMA AD ARCHITETTURA APERTA. [attraverso:](#)

- Il lancio di 5 nuovi comparti all'interno di BG Selection Sicav, l'innovativo "sistema di fondi di fondi", che combina le capacità gestionali delle più prestigiose case di investimento internazionali su specifici mercati e strategie e l'esperienza dei gestori di Generali Fund Management. Con i nuovi lanci alla fine del 2011 il numero totale dei comparti era di 40, differenziati per strategia di investimento, profilo di rischio e grado di diversificazione, e con possibilità di investimenti in un'unica soluzione o in un piano di accumulo;
- Il lancio di quasi un centinaio di nuovi comparti di gestori terzi all'interno di una gamma con oltre 1200 fondi di 23 Società italiane ed estere
- lo sviluppo di una gestione patrimoniale, GPM Lifestyle Solutions, primo prodotto del mercato italiano che permette di abbinare il concetto di passione personale all'investimento finanziario. La gestione investe una quota rilevante del portafoglio in Fondi di Investimento Specializzati (SIF), il cui sottostante è rappresentato da beni di lusso, consentendo quindi al cliente privato di accedere a soluzioni di investimento fortemente di nicchia e altrimenti non accessibili.

PROTEZIONE DEGLI INVESTIMENTI DELLE FAMIGLIE. [attraverso:](#)

- la protezione del capitale investito alla scadenza, sia con la unit linked BG Evolution, che con la gestione patrimoniale BG Target. L'offerta prevede sempre un'asset allocation multimanager e la possibilità per il cliente di aderire per periodi variabili sulla base dei diversi obiettivi di investimento (da un minimo di 6 ad un massimo di 24 anni); la continua ricerca di inno-

vazione ha portato nel 2011 alla modifica dell'asset allocation di BG Evolution e al lancio di 3 nuove linee per Bg Target, in aggiunta alle 5 già esistenti;

- la garanzia del capitale investito, attraverso l'investimento nelle gestioni separate del Gruppo Generali, anche quando il cliente abbia la necessità di disinvestire prima della scadenza. In questa famiglia di polizze è stata lanciata nel primo trimestre del 2011 una nuova polizza assicurativa, "BG Più Valore", investita nella gestione separata Nuova Concreta che garantisce all'investitore privato un rendimento certo indipendentemente dalla volatilità degli strumenti finanziari investiti, la crescita continua del capitale anno dopo anno, nonché la possibilità di disinvestire in qualunque momento, senza perdere il capitale investito;
- la protezione del futuro della famiglia con la polizza BG 18 anni, che consente di creare, con un piano di risparmio, un capitale destinato al futuro del figlio. A scadenza l'opzione "Borsa di Studio" consente l'erogazione dilazionata del capitale per finanziare gli anni di studio o la riscossione del capitale quale valido sostegno per l'acquisto della prima auto, della prima casa o per l'avvio professionale.

SVILUPPO DI SERVIZI BANCARI PER LE FAMIGLIE E LE CATEGORIE SOCIALI PIU' DEBOLI. attraverso:

- l'offerta di conti correnti con condizioni ad hoc per associazioni che raggruppano famiglie di disabili (es. le onlus La Goccia, ANNFASS, ANFFAS L'Anatroccolo) o che sostengono la ricerca scientifica sulle malattie più rare (es. AISM - Associazione Italiana Sclerosi Multipla);
- l'offerta di mutui e prestiti di primarie istituzioni finanziarie terze per favorire e tutelare l'investimento immobiliare residenziale dei propri clienti; nel corso del primo semestre del 2011 la Banca ha offerto anche una promozione sui mutui a tasso fisso per l'acquisto della casa
- la proposta di carte prepagate senza spese di conto corrente destinate in particolare alla categoria dei giovani con l'iniziativa "Un campione per amico"; per maggiori informazioni in merito si rimanda al Capitolo

Comunità);

- l'adozione, a inizio 2011, del cosiddetto "Scudo Autorizzativo", un programma informatico utilizzato per la tutela contro le frodi da operazioni Bancomat nei Paesi esteri a maggior rischio.

CONTROLLO DEI RISCHI E SUPPORTO AI CLIENTI NELLA GESTIONE DEGLI INVESTIMENTI. attraverso:

- la conoscenza del cliente per valutare concretamente e in maniera mirata l'idoneità dei prodotti distribuiti a soddisfare i relativi bisogni di investimento;
- lo sviluppo e la distribuzione di un'offerta commerciale basata sulla conoscenza del proprio target di clientela. La selezione dei prodotti oggetto di offerta tiene conto non solo della distribuzione della clientela nell'ambito dei sei profili finanziari (basso, medio-basso, medio, medio-alto, alto, molto alto), definiti dal Gruppo Bancario sulla base di risposte puntuali fornite dai clienti e derivanti dall'applicazione degli algoritmi utilizzati per la profilazione della clientela stessa, ma anche di altri elementi quali i criteri anagrafici (età e sesso) e socio-demografici (professione, titolo di studio o distribuzione geografica). Il profilo di conoscenza del cliente è inoltre ulteriormente integrato con informazioni relative al patrimonio investito con Banca Generali in termini non solo di asset investiti ma anche di numero e tipologia di prodotti sottoscritti;
- l'attribuzione preventiva del profilo finanziario di tutti i clienti attraverso la compilazione di uno specifico questionario conoscitivo contenuto nella "Carta della Relazione con il Cliente", aggiornata ed integrata puntualmente in funzione delle novità normative;
- l'assegnazione di un profilo di rischio a tutti i prodotti d'investimento in offerta. Tale valutazione, effettuata da una società indipendente, viene eseguita elaborando diverse informazioni relative al rischio di mercato, di controparte e di liquidità del prodotto in oggetto e viene riassunta per mezzo di un indice (numerico) sintetico di rischio (ISR);
- la proposta ai propri clienti di prodotti di investimento il cui profilo di rischio-rendimento è coerente con il profilo finanziario dei clienti stessi. La valutazione dell'adeguatezza e appropriatezza è effettuata attra-

verso una procedura informatica di supporto appositamente sviluppata, che è stata ulteriormente implementata prevedendo tra l'altro specifici controlli per la distribuzione dei cosiddetti prodotti illiquidi (cioè quei prodotti che presentano un "rischio di liquidità"¹ quali ad es. unit linked, obbligazioni strutturate). Nel valutare l'adeguatezza del prodotto offerto viene tenuto in particolare considerazione anche l'orizzonte temporale dagli stessi dichiarato. Per garantire una maggiore tutela degli interessi del cliente, tale valutazione viene svolta ogni volta che gli stessi forniscono tutte le informazioni necessarie all'analisi e non solo nei casi espressamente previsti dalla normativa;

- l'assistenza della rete distributiva, costituita da Promotori Finanziari, Private Banker e Relationship Manager, che supporta i clienti nell'individuazione del servizio/prodotto più consono alle loro esigenze illustrandone caratteristiche e fornendo informazioni puntuali circa il diverso livello di protezione associato a ciascun servizio;
- l'ulteriore sviluppo di BG Advisory, il servizio di consulenza finanziaria evoluta di Banca Generali. Lanciata nel 2008, la piattaforma ha l'obiettivo di supportare i Promotori Finanziari, i Private Banker e i Relationship Manager di Banca Generali nell'attività di analisi dei bisogni e nella costruzione e monitoraggio periodico del portafoglio finanziario dei propri clienti, attuali e prospect. Nel corso del secondo semestre 2011 sono stati attivati in particolare specifici progetti con Morningstar finalizzati sia al miglioramento di servizi già presenti nella piattaforma, sia allo sviluppo di nuove funzionalità, che permetteranno quindi un significativo miglioramento del servizio di consulenza evoluta fornita alla clientela sia per ampiezza degli strumenti analizzati che per profondità delle informazioni analizzate.

¹ Definizione tratta dal COMUNICAZIONE CONSOB N. 9019104 DEL 2 MARZO 2009 "IL DOVERE DELL'INTERMEDIARIO DI COMPORTARSI CON CORRETTEZZA E TRASPARENZA IN SEDE DI DISTRIBUZIONE DI PRODOTTI FINANZIARI ILLIQUIDI" (Per prodotti illiquidi si intendono quelli che determinano per l'investitore ostacoli o limitazioni allo smobilizzo entro un lasso di tempo ragionevole, a condizioni di prezzo significative, ossia tali da riflettere, direttamente o indirettamente, una pluralità di interessi in acquisto e in vendita. A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, si fa riferimento alle obbligazioni bancarie, alle polizze assicurative ed ai derivati negoziati over the counter, che per ragioni di diritto o di fatto si connotano come prodotti con specifico "rischio di liquidità", determinato dall'impossibilità giuridica o dalla limitazione fattuale al disinvestimento.

ATTENZIONE ALLA CHIAREZZA E TRASPARENZA NELLA COMUNICAZIONE AI CLIENTI, attraverso:

- la revisione di tutti i Fogli Informativi e i Documenti di Sintesi dei conti correnti in offerta, al fine di renderne più semplice la lettura e più chiara l'esposizione dei contenuti. In particolare, è stata assicurata al cliente la comprensione di tutti i costi correlati ai servizi offerti, con la possibilità di effettuare in modo agevole un confronto con altre banche, anche grazie all'esposizione dell'Indicatore Sintetico di Costo. Tali documenti, oggetto nel 2011 di una completa revisione nei contenuti e nella loro forma di esposizione, saranno di volta in volta aggiornati in presenza di modifiche normative o, più in particolare, di novità nella gamma dei conti correnti di Banca Generali;
- l'aggiornamento dei contenuti e della grafica dell'estratto conto periodico., attraverso un progetto di profonda revisione avviato nel corso del 2010 e concluso nel 2011. Tre i principi ispiratori della revisione:
 - semplificazione espositiva: dati di sintesi in prima pagina delle voci in entrata e in uscita, box in prima pagina con le novità riportate alla fine del documento, prima pagina a struttura devinita con evidenza del Riepilogo Generale
 - personalizzazione e attenzione al cliente: testi introduttivi a sezioni e tabelle, personalizzazione del box delle coordinate bancarie, ingrandimento del font per agevolare la lettura delle informazioni
 - grafica amica: uso del colore per l'organizzazione delle informazioni, utilizzo di una scala di grigi per le tabelle, indicazione in rosso delle voci in uscita.

ATTENZIONE A TEMATICHE RELATIVE ALL'AMBIENTE E ALLA SALUTE DEI CITTADINI, attraverso:

- l'offerta di prodotti "socialmente responsabili"² (ovvero fondi di investimento e sicav che investono solo in società e imprese che soddisfano determinati requisiti etici, sociali e di governance). Nel 2011 sono 34 i comparti di sicav terze, che investono nelle aziende eccellenti per corporate governance e rispetto ambientale, o che investono nella "green economy";

² Analisi su dati Morningstar, categoria "socially conscious investments".

- l'introduzione di una tariffa agevolata per i non fumatori nella polizza temporanea caso morte BG Tutela - che garantisce in caso di decesso dell'assicurato la liquidazione di un capitale ai beneficiari designati -, così da incentivare stili di vita sani e una maggiore attenzione alla cura della salute;
- l'attivazione nel primo trimestre 2011 del servizio "Doc@nline" che, ampliando le funzioni dell'area del sito internet riservata ai clienti, rende direttamente disponibile tutta la documentazione bancaria in formato elettronico. L'iniziativa è mirata a evitare l'invio cartaceo del materiale informativo e si traduce in un vantaggio in termini di tempo e di impatto ambientale prodotto.

Vicinanza ai clienti

Il modello di business di Banca Generali unisce all'ampia gamma di soluzioni di investimento e servizi bancari un servizio di consulenza qualificata, fornito dai Promotori Finanziari e dai Private Banker, affinché i clienti possano scegliere i prodotti che meglio rispondono alle loro esigenze e caratteristiche.

Alla rete distributiva di Promotori Finanziari e Private Banker distribuiti su tutto il territorio italiano, che assistono i clienti a livello locale, si affianca un servizio di "Home Banking" gratuito, grazie al quale i clienti possono comunicare e operare con la Banca via internet o telefono con comodità e sicurezza.

Il servizio di Home Banking, completamente rinnovato nelle funzionalità e nella consumer experience a ottobre 2009, è stato caratterizzato nel 2011 da importanti sviluppi relativi in particolare al tema della mobilità e della sicurezza. Nel primo semestre dell'anno è stato lanciato infatti il nuovo canale "Mobile Banking" pensato per consentire ai clienti di accedere ed operare su conto corrente e deposito titoli tramite smartphone e tablet. Il nuovo canale rappresenta la nuova frontiera della banca online e permette ai clienti che si spostano sul territorio di sfruttare al meglio i nuovi sistemi tecnologici, per operare con la Banca in tutta libertà e sicurezza e con significativi risparmi di tempo.

Nell'ambito della sicurezza sono stati fatti importanti interventi, quali l'ampliamento della funzionalità di alerting via SMS per il controllo completo delle operazioni bancarie, o la riduzione del numero massimo di tentativi

di accesso all'area riservata a maggior tutela dei clienti che abitualmente utilizzano il sito internet di Banca Generali. È proseguita inoltre la campagna di sensibilizzazione verso i clienti e la rete commerciale con consigli e regole semplici per evitare tentativi di frode. Ad integrazione della suddetta attività di comunicazione, l'accordo con un fornitore esterno consente ai clienti di Banca Generali di usufruire gratuitamente di una verifica dello "stato di salute" del proprio computer usato abitualmente per l'accesso al servizio di Home Banking.

Per soddisfare la crescente richiesta di nuovi servizi interattivi di ultima generazione da parte dei clienti, è stato reso disponibile il widget "MyBG", l'applicazione scaricabile e installabile gratuitamente sul proprio computer, che permette di ricevere news dalla Banca e di utilizzare servizi e funzionalità che vanno dalla creazione di un portafoglio virtuale alla consultazione di notizie finanziarie, senza necessariamente collegarsi all'area riservata del sito della Banca.

Accanto al canale internet, il servizio di assistenza telefonica fornito dal Contact Center di Banca Generali, cui si rivolgono i clienti soprattutto per informazioni sull'operatività della banca e per compiere disposizioni, ha avuto anche nel 2011 ottime prestazioni. Il numero di chiamate accolte dai sistemi di risposta automatici (IVR) sono state 475.000. Di queste, il 45% sono state soddisfatte dai servizi automatici mentre per il restante 55% i clienti hanno richiesto l'assistenza di un operatore. I tempi di risposta delle 265.000 chiamate accolte dagli operatori, si sono attestati intorno ai 30 secondi nell'anno (34 secondi nel 2010), con una percentuale di chiamate perse inferiore del 2% (in linea con il 2010), delle quali circa lo 0,5% abbandonate prima di 10 secondi.

Educazione finanziaria

Banca Generali contribuisce fattivamente alla trasparenza e chiarezza nella comunicazione ai clienti e ai consumatori in merito all'offerta di prodotti finanziari e più in generale in ambito economico-finanziario, impegnandosi direttamente nei progetti di educazione finanziaria e di comunicazione promossi dal Consorzio Patti Chiari, cui ha aderito fin dal 2005.

Nell'ambito di tale collaborazione, è stata promossa l'iniziativa "Impegni per la qualità" che ha coinvolto a partire dal 2010 tutta la rete distributiva del Gruppo Bancario

in attività di formazione in modalità e-learning. Nel corso del 2011 la Banca ha completato il piano formativo con un totale di oltre 2.200 ore/uomo erogate, garantendo l'aggiornamento costante alla rete di Promotori Finanziari, Private Banker e Relationship Manager, affinché essi stessi possano essere portavoce verso la clientela finale dei progetti e obiettivi perseguiti dal Consorzio.

Sempre in relazione all'iniziativa "Impegni per la qualità" Banca Generali ha inoltre implementato il nuovo servizio "Cambio banca", garantendo alla clientela finale il trasferimento automatico ed in tempi certi delle utenze bancarie tra istituti finanziari, secondo quanto richiesto dal Consorzio Patti Chiari a tutela dei clienti.

Banca Generali promuove inoltre su tutto il territorio italiano i cosiddetti "Aperitivi finanziari", incontri gratuiti aperti a tutti i clienti e consumatori o pubblico in genere, organizzati in collaborazione con la propria rete e con primarie società di asset management, al fine di illustrare gli scenari macro-economici e la situazione dei mercati finanziari, nonché lo sviluppo e l'innovazione delle soluzioni di investimento. Oltre 5.000 clienti e prospect hanno partecipato a 250 eventi organizzati in tutta Italia da Banca Generali con interventi di asset manager ed esperti finanziari di primaria importanza.

DIALOGO CON LA CLIENTELA

Customer satisfaction

Banca Generali è impegnata nell'ascolto continuo dei propri clienti, in merito alle loro esigenze ed alla loro soddisfazione rispetto al livello di servizio ricevuto.

Dato il modello di business della Banca, il principale canale per la raccolta delle opinioni dei clienti è rappresentato dalla rete di Promotori Finanziari e Private Banker, che ogni anno sono coinvolti a vari livelli in attività mirate alla rilevazione del livello di soddisfazione.

Con il supporto infatti di una primaria società esterna, Eurisko, ogni anno circa 1.500 Promotori Finanziari e Private Banker appartenenti alle diverse Reti operanti nel mercato bancario e scelti dalla società esterna in forma del tutto anonima, sono chiamati ad esprimere il loro grado di soddisfazione rispetto alla gamma di prodotti, servizi, strumenti e formazione messi a loro disposizione per servire al meglio i clienti.

I dati relativi al 2011, espressione delle interviste a 150 Promotori Finanziari e Private Banker di Banca Generali, hanno confermato il trend di continuo miglioramento del livello di soddisfazione della rete, con una valutazione media complessiva di 3,44 (in un range da 1 a 4), secondo posto assoluto nella graduatoria delle Reti, superiore sia alla media del campione di reti analizzato (3,25) che al dato rilevato l'anno precedente con la stessa modalità di indagine (3,34).

Nel corso del 2011 è stata promossa inoltre dalla Banca una specifica survey online finalizzata a misurare in modo oggettivo il grado di soddisfazione della clientela che usufruisce dei servizi di Home Banking. Il questionario pubblicato online ha riscosso grande successo di partecipazione e ha permesso di acquisire significative evidenze, in grado di orientare al meglio i futuri sviluppi dei servizi web della banca.

Diretta conseguenza dell'ascolto di quanto emerso dai clienti in questa survey è stato l'avvio di un progetto di rinnovamento del sito internet, che vedrà il lancio di una nuova versione nel corso del 2012.

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 2011 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 da 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 (colaboratori, 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, per il sito clienti sono state adottate le più avanzate 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. Sempre per il sito clienti, già dal 2010, sono stati attivati specifici servizi volti a prevenire operazioni informatiche fraudolente.

Per gli accessi della clientela tramite i canali telematici (internet e call center) è stato adottato un sistema 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. Nel corso del 2011 è stato inoltre avviato il progetto per l'attivazione della Secure Call, finalizzato all'utilizzo del cellulare del cliente come strumento di riconoscimento per le disposizioni impartite da internet: per confermare la disposizione il cliente dovrà chiamare con il proprio cellulare un Numero Verde dedicato e dovrà digitare, dal cellulare, una password riservata generata dal Sito Internet della Società (Sito Clienti).

Nell'ambito della gestione e del controllo delle attività degli amministratori di sistema, è presente una specifica normativa interna volta a 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/ricieste dal Garante:** ricorsi 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.

Le segnalazioni relative a richieste formulate ai sensi dell'esercizio dei diritti di cui all'art.7 del Codice Privacy pervenute nel corso del 2011 sono di seguito dettagliate:

TIPOLOGIA RICHIESTA	NUMERO
Richieste di accesso ai dati	7
Richieste di cancellazione dei dati	7
Opposizione al trattamento dei dati	4
Revoche commerciali	79
Reclamo	2
TOTALE	99

Nel corso del 2011, per l'intero Gruppo Generali, risultano pervenuti alla funzione competente n. 2 reclami in materia privacy. Entrambi i reclami sono stati respinti. Con riferimento ad uno di tali reclami Banca Generali ha informato l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali dell'avvenuto respingimento, essendo tale reclamo indirizzato, per conoscenza, anche a tale Autorità.

Nel corso del 2011 è stato inoltre fornito riscontro ad una richiesta del Garante per la protezione dei dati personali in merito ad una segnalazione pervenuta all'Autorità stessa da parte di un cliente.

4. CONTENZIOSO

Al 31 dicembre 2011 Il Gruppo risultava coinvolto in 146 vertenze legali attive o passive generate dall'attività bancaria a fronte delle numero 164 vertenze in essere al 31 dicembre 2010.

Banca Generali non ha ricevuto sanzioni da parte dell'Autorità Antitrust Nazionale o Europea o dall'Autorità di Vigilanza Bancaria.

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) *Regolamento di procedura per la conciliazione adottato dal Conciliatore BancarioFinanziario;*
- 5) *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;*
- 6) *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;*
- 7) *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";*
- 8) *D.Lgs. n. 385 del 1° settembre 1993 – Testo Unico Bancario;*
- 9) *Regolamento Consob n. 16763 del 29 dicembre 2008;*
- 10) *D.Lgs. n. 28 del 4 marzo 2010 e Regolamento esecutivo del Ministero della Giustizia n. 180 del 18 ottobre 2010.*

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 Contenzioso e Reclami, che aggiorna appositi registri elettronici per tenere evidenza della documentazione, verificare e monitorare le diverse fasi della gestione in modo da indivi-

duare 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 2011 sono pervenuti 332 reclami da parte dei clienti del Gruppo Bancario (rispetto ai 448 dell'esercizio 2010), di cui 215 relativi ai servizi di investimento e accessori e 117 relativi a operazioni e servizi bancari e finanziari.

Il tempo medio di evasione dei reclami del Gruppo Bancario è stato pari a 35 giorni.

Nel corso del 2009 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 (Comitato Interministeriale per il Credito ed il Risparmio) 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 2011, sono stati presentati all'Arbitro Bancario Finanziario (ABF) 5 ricorsi. Tre di questi ricorsi sono stati accolti dall'Arbitro Bancario Finanziario. Al 31 dicembre 2011 risultava ancora pendente la decisione relativa ai restanti 2 ricorsi.

Le controversie sottoposte al giudizio del Collegio, nel corso del 2011, riguardavano, con riferimento a 4 ricorsi, contestazioni afferenti operazioni bancarie e/o prelievi di somme effettuate da terzi attraverso frodi informatiche tipologicamente riconducibili al c.d. "phishing", mentre, con riferimento ad 1 ricorso, contestazioni riferite al contratto di mutuo.

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.

Il servizio di conciliazione è invece specializzato nella mediazione nel campo delle controversie relative ad operazioni bancarie e finanziarie, e può attivare su tutto il territorio nazionale una procedura da concludere entro quattro mesi. Tale attività di mediazione è svolta da un terzo imparziale ed è finalizzata ad assistere le banche e i propri clienti sia nella ricerca di un accordo amichevole per la composizione di una controversia, sia nella formulazione di una proposta per la risoluzione della stessa.

Nel corso dell'anno 2011 sono stati presentati 2 ricorsi all'Ombudsman – Giurì bancario da parte di clienti della Banca. Nessuno di questi ricorsi è stato accolto. Al riguardo, si evidenzia un decremento del numero dei ricorsi presentati nell'anno 2011 rispetto ai 4 ricorsi presentati nel 2010.

Le controversie sottoposte al giudizio del Collegio riguardavano contestazioni sollevate su prodotti finanziari.

Infine, nell'anno sono state presentate alla Banca 19 istanze di mediazione di cui 1 è stata chiusa con un'intesa transattiva tra la Banca ed il cliente.

Le suddette istanze hanno avuto ad oggetto contestazioni: i) sull'operato dei promotori finanziari (12 casi), ii) relative ad asserite indebite distrazioni di denaro tramite il cosiddetto "phishing" (2 casi); iii) relative alla corretta esecuzione di ordini impartiti dalla clientela (5 casi).



Relazione
sociale

La rete distributiva



La rete distributiva

1. CARATTERISTICHE FONDAMENTALI

Banca Generali, che identifica la sua mission nella capacità di interpretare e gestire al meglio le esigenze finanziarie e previdenziali di clientela *affluent* e *private* (ovvero della clientela che per dimensioni di patrimonio e per qualità dello stesso presenta esigenze evolute) mediante l'assistenza consulenziale di professionisti qualificati (Promotori Finanziari e Private Banker), pone queste figure al centro della proprio modello distributivo.

Coerentemente, viene dedicata la massima attenzione al profilo umano e professionale di questi collaboratori dedicati al servizio della clientela, 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) il rapporto consulenziale identifica il cuore della prestazione offerta da Banca Generali verso un target di utenti per la gran parte caratterizzato da istanze complesse, che richiedono soluzioni personalizzate. Per questi motivi viene dedicata una particolare cura sia alla selezione dei candidati che alla loro successiva crescita professionale.

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 questi processi di integrazione 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 della distribuzione 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

La rete distributiva del Gruppo Generali si compone di due divisioni a cui appartengono due categorie di collaboratori:

- i Promotori Finanziari, più votati a relazionarsi con clientela *affluent*;
- i Private Banker (legati alla società da contratti di lavoro sia autonomo -259- che dipendente -58 Relationship Manager-) inseriti nella divisione Private Banking, specializzati nella relazione con clientela *private*.

TIPOLOGIA DI COLLABORATORI		
	2011	2010
Divisione Promotori Finanziari	1.154	1.192
Divisione Private Banking	317	307
Totale Banca Generali	1.471	1.499

Nel 2011 si è confermato il processo di consolidamento qualitativo della rete di vendita e delle sue due divisioni, caratterizzato dalla progressiva riduzione delle professionalità più deboli (in aggiunta al normale trend di pensionamenti e cessazione di attività) a vantaggio

dell'inserimento di alcuni professionisti di qualità provenienti dal mercato. Il saldo netto è negativo di 28 unità a fronte comunque di un ulteriore aumento del patrimonio in gestione e dei ratio quanti-qualitativi corrispondenti, come più sotto indicato.

Patrimoni gestiti

Nel 2011, nonostante un andamento dei mercati finanziari estremamente volatile, che ha subito gli effetti cumulati della crisi economica, delle borse e dei debiti sovrani, si sono comunque registrati numeri in crescita rispetto al 2010 (anno nel quale perduravano ancora parzialmente le conseguenze positive del cosiddetto "Scudo Fiscale"), a testimonianza della solidità di risultati ormai conseguita dalla Banca.

PATRIMONI E CLIENTI		
	2011	2010
Numero medio clienti per Promotore Finanziario (PF) / Private Banker (PB)	164	168
Media patrimonio per PF/PB (euro/000)	15.809	15.737
Media Raccolta Netta per PF/PB (euro)	856.516	847.601

Proprio in considerazione del contesto di mercato sopra descritto, i valori che si evidenziano dai dati vanno particolarmente valorizzati e sono da considerarsi sintomo evidente anche della crescita qualitativa della rete, condizione necessaria per una effettiva soddisfazione della clientela di riferimento.

3. STRUTTURA ORGANIZZATIVA DELLA RETE

Volendo presentare la rete nel suo complesso, dal momento che la filosofia organizzativa delle due divisioni è comune e condivisa, l'organizzazione può essere suddivisa in 4 tipologie di ruoli professionali:

RUOLI PROFESSIONALI	2011	2010
Manager 1° livello	21	21
Manager 2° livello	52	53
Executive Manager	60	66
Promotori Finanziari/Private Banker	1.338	1.359
Totale Gruppo	1.471	1.499

Nel Gruppo, il numero di Manager in senso proprio (Manager di 1° e 2° livello, cioè coloro che coordinano in modo pressoché esclusivo 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*. Il numero degli Executive Manager (specie di formatori sul campo) nel complesso subisce una lieve riduzione in coerenza con l'evoluzione qualitativa della rete.

La struttura manageriale di Banca Generali, al servizio di una struttura operativa altamente professionale, rappresenta uno dei punti di forza della rete distributiva e costituisce uno sbocco di carriera su base meritocratica.

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

Il *turnover* della rete (numero usciti sul totale degli operatori medi) è uno dei più bassi del settore e pari a circa il 5%.

4. RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, PER SESSO E PER ANZIANITÀ

La rete ha una distribuzione capillare sul territorio nazionale, con una maggior concentrazione, pari al 62% 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. I dati corrispondono a quelli degli ultimi

anni senza scostamenti di rilievo. Inoltre non sono molto distanti da ciò che caratterizza a livello nazionale la professione del Promotore Finanziario, con variazioni rispetto alla media contenute in circa 2 punti percentuali (ultimi dati disponibili).

Un rapporto medio di collaborazione pari a quasi 12 anni testimonia la stabilità della rete e il suo modesto *turnover*.

REGIONE	ETÀ MEDIA					ANZIANITÀ MEDIA DI COLLABORAZIONE *					
	PF	PB	TOT.	% SU TOT.	% DONNE	M	F	TOT.	M	F	TOT.
Piemonte	80	47	127	8,6%	18,1%	49,7	46,7	49,2	9,7	9,6	9,6
Valle d'Aosta	3	3	6	0,4%	16,7%	52,0	45,1	50,8	8,4	5,7	7,9
Lombardia	194	88	282	19,2%	15,6%	49,7	47,0	49,3	11,3	9,7	11,1
Trentino A. Adige	9	0	9	0,6%	0,0%	52,7		52,7	14,0		14,0
Veneto	125	25	150	10,2%	6,0%	49,4	47,3	49,3	11,3	10,6	11,2
Friuli Venezia Giulia	53	6	59	4,0%	10,2%	48,8	51,8	49,1	11,6	8,0	11,2
Liguria	45	51	96	6,5%	16,7%	52,7	52,1	52,6	11,0	11,4	11,0
Emilia Romagna	146	29	175	11,9%	19,4%	51,5	48,0	50,8	13,2	10,9	12,7
Toscana	70	23	93	6,3%	9,7%	50,4	49,1	50,3	10,9	10,7	10,9
Umbria	22	0	22	1,5%	9,1%	49,7	44,6	49,2	17,1	7,5	16,3
Marche	48	0	48	3,3%	12,5%	46,5	44,0	46,2	13,8	15,1	14,0
Lazio	82	25	107	7,3%	24,3%	49,3	47,3	48,8	12,5	13,9	12,8
Abruzzo	20	0	20	1,4%	5,0%	52,3	58,6	52,6	13,3	10,9	13,2
Molise				0,0%							
Campania	117	11	128	8,7%	7,0%	47,3	45,5	47,2	12,6	14,1	12,7
Puglia	67	4	71	4,8%	14,1%	48,8	45,0	48,2	12,7	11,1	12,4
Basilicata	1		1	0,1%		46,3		46,3	3,8	0,0	3,8
Calabria	21	4	25	1,7%	16,0%	44,7	50,3	45,6	10,8	13,9	11,3
Sicilia	40	0	40	2,7%	7,5%	47,2	46,7	47,2	12,5	14,6	12,7
Sardegna	11	1	12	0,8%	33,3%	47,1	47,8	47,3	12,9	11,7	12,5
Non residenti	1.154	317	1.471	100,0%	14,1%	49,6	47,7	49,3	11,8	11,2	11,7
	1.192	307	1.499	100,0%	14,1%	49,2	47,2	49,0	11,7	11,1	11,6

*Viene considerato nell'anzianità anche il lavoro svolto nelle Società acquisite di Banca Generali (es. Prime, Altinia Sim, ecc.)

5. MULTICANALITÀ DEL SERVIZIO

La situazione logistica della Banca prevede 43 Filiali Bancarie per garantire nei principali centri l'accesso diretto della clientela ad alcuni servizi bancari. Presso le succursali bancarie sono presenti anche i Private Bankers (Relationship Manager) dipendenti che insieme ai Private Banker seguono la clientela *private*. Agli sportelli bancari si aggiungono i 134 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. Il numero di sportelli e di uffici nell'ultimo anno è rimasto stabile.

Come detto, il vero referente del cliente 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.

31.12.2011	SUCCURSALI		SUCCURSALI TOTALE	UFFICI		UFFICI TOTALE	TOTALE COMPLESSIVO
	PF	PB		PF	PB		
Abruzzo	1		1	1		1	2
Calabria	1		1	2	1	3	4
Campania	3	1	4	10	2	12	16
Emilia	4	1	5	14	3	17	22
Friuli	2		2	3	1	4	6
Lazio	2	1	3	4	1	5	8
Liguria	3	1	4	8	4	12	16
Lombardia	4	2	6	14	5	19	25
Marche				3		3	3
Piemonte	3	1	4	6	8	14	18
Puglia	2		2	6	2	8	10
Sardegna				1		1	1
Sicilia	1		1	4		4	5
Toscana	2	1	3	10	1	11	14
Trentino				2		2	2
Umbria	1		1	2		2	3
Valle d'Aosta					1	1	1
Veneto	5	1	6	13	2	15	21
Totale complessivo	34	9	43	103	31	134	177

Supporti all'attività dei Promotori Finanziari/ Private Banker

Tecnologici

Call
Center
Clienti

Call
Center
Promotori

Internet
Sito Web



Gestione
Automatizzata
dei contratti

Logistici

31
Uffici Private
Banking

43
Filiali
Bancarie

103
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. POLITICA DELLE VENDITE

Il Gruppo attribuisce importanza fondamentale alla soddisfazione della clientela, che persegue con elevati standard di qualità sia degli operatori addetti alla relazione con gli utenti, sia dei prodotti e dei servizi prestati e con il costante adeguamento di questi ai nuovi bisogni e alle nuove aspettative. A tale scopo l'impegno del Gruppo è anche costantemente rivolto al miglioramento continuo delle procedure interne e allo sviluppo di tecnologie informatiche evolute, di cui si verifica continuamente l'efficacia e l'efficienza. In particolare è ampiamente sviluppato l'accesso on-line sia da parte dei clienti che dei promotori ad applicazioni sia informative che dispersive. Inoltre sono in corso di analisi a sviluppo specifici progetti per consentire una sempre migliore gestione della relazione di vendita presso la clientela con supporti informatici adeguati, finalizzati in prospettiva anche alla conclusione diretta delle attività contrattuali (firma elettronica) eliminando i supporti cartacei.

La gestione della relazione con il cliente è un aspetto cruciale ai fini della sua soddisfazione e in questo ambito, come più volte ricordato, i Promotori Finanziari delle varie reti (inclusi dunque Private Banker e Relationship Manager) hanno un ruolo chiave nelle fasi di promozione e distribuzione dei prodotti le quali avvengono all'interno di un contesto consulenziale, per garantire il quale sono stati predisposti specifici percorsi di formazione (di cui anche al capitolo successivo) che includono attività in aula e in modalità e-learning e sono stati implementati strumenti di comunicazione dedicati, quali siti internet, intranet, pubblicazioni periodiche e circolari con le direttive comportamentali per lo svolgimento dell'attività. In tali direttive, si impone innanzitutto il rispetto della normativa in materia di intermediazione finanziaria, in particolare del principio di adeguatezza. Si fa inoltre riferimento al Codice Etico del Gruppo Generali, richiamando le reti all'applicazione dei principi generali in esso contenuti. Le direzioni commerciali si occupano anche di monitorare l'applicazione delle direttive, affiancando periodicamente i Promotori Finanziari per verificare che lo svolgimento delle attività sia coerente con le norme e i regolamenti.

I rapporti contrattuali e le comunicazioni ai clienti devono essere improntati a principi di correttezza e onestà, professionalità, trasparenza e cooperazione nella ricerca delle soluzioni più idonee alle loro esigenze. Le informazioni fornite durante le trattative precontrattuali devono essere complete, trasparenti e comprensibili, in

modo da permettere al cliente di fare scelte di acquisto consapevoli, basate sia sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti sia sulla realizzazione dei propri obiettivi. A tale proposito un'applicazione minuziosa ed approfondita della normativa MIFID (ossia il Market in Financial Instruments Directive, è una direttiva comunitaria finalizzata all'armonizzazione delle norme che disciplinano l'attività degli intermediari e dei mercati finanziari) con la connessa compilazione dei questionari informativi ed il vaglio sistematico ed automatizzato delle soluzioni proposte, fornisce le linee guida all'attività di intermediazione e di consulenza realizzata dai Promotori Finanziari verso la clientela.

In questo contesto, un'indagine corretta ed approfondita sulle aspettative e sulle caratteristiche del cliente è determinante per la definizione di una proposta adeguata alle esigenze riferite e ai bisogni manifestati. La relazione deve essere orientata alla fiducia e alla trasparenza così che il cliente sia consapevole dei contenuti, dei costi e degli eventuali rischi prima di concludere l'acquisto. A questo proposito giova ricordare che nel corso del 2010 e del 2011 è stato esteso a tutta la rete l'utilizzo di un software specificamente messo a punto con la collaborazione di uno dei principali provider finanziari mondiali - MorningStar - attraverso il quale operare un'analisi dell'intero patrimonio del cliente, con la finalità di poter offrire una consulenza oggettiva e personalizzata, supportata da uno specifico report cartaceo.

Nella loro attività, i Promotori Finanziari devono inoltre assumere un comportamento obiettivo ed equilibrato nei confronti dei potenziali clienti, evitando che vantaggi di natura personale possano influire sulla propria condotta o sull'indipendenza di giudizio. Le strutture direzionali incaricate della gestione delle reti di vendita, nel valutare l'attività sul campo delle stesse, si occupano anche di verificare puntualmente le segnalazioni provenienti dalla clientela nelle ordinarie attività di affiancamento operativo e nelle ispezioni a campione. Qualora se ne ravvisi l'opportunità, ad esempio a seguito di reclami della clientela, le raccomandazioni sui comportamenti da tenere vengono ribadite ai singoli collaboratori e alla struttura manageriale di riferimento. Per i casi in cui si riscontrino irregolarità o violazioni delle norme comportamentali, regolamentari o legislative, il contratto di mandato prevede che si possa arrivare alla revoca dello stesso.

7. 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 96% 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 si impegna inoltre a sviluppare le competenze professionali, relazionali e manageriali dei propri Promotori Finanziari e Private Banker attraverso programmi di **formazione** costanti e progetti mirati a specifiche esigenze.

Ad inizio anno è stato elaborato il Piano Formativo 2011, che raccoglie e sintetizza tutti gli interventi formativi previsti per l'intero anno, in termini di linee guide, contenuti, destinatari, tempistiche e modalità di erogazione (corsi in aula, e-learning e training on the job), finanziabilità e sostenibilità organizzativa (giornate/uomo).

I Progetti formativi, costruiti o attraverso la struttura organizzativa interna o in collaborazione con primarie società di formazione-consulenza sul mercato, come per il 2010 hanno riguardato le seguenti aree:

- **FORMAZIONE TECNICO-COMMERCIALE:** Consolidamento e allineamento degli standard di professionalizzazione delle risorse di rete rispetto alle competenze tecnico commerciali della gamma prodotti del Gruppo Bancario.
- **FORMAZIONE MANAGERIALE-COMPORTAMENTALE:** Sviluppo delle capacità relazionali, sia dei ruoli dedicati all'attività commerciale che dei ruoli di natura manageriale, in un'ottica, soprattutto, di gestione e sviluppo delle risorse e motivazione dei team.
- **FORMAZIONE ELETTIVA:** Percorsi volti a potenziare le competenze e le capacità e qualità individuali destinati ai Promotori Finanziari e Private Banker che più si sono distinti per meriti professionali.
- **FORMAZIONE ABILITANTE-OBBLIGATORIA:** Attività mirate al consolidamento delle competenze specialistiche normative dei Promotori Finanziari e dei Private Banker.

Area Formazione Tecnico-Commerciale

L'attività di formazione Tecnico-Commerciale delle Reti è caratterizzata da interventi formativi su larga scala, riguardanti le principali soluzioni di investimento.

Per ogni argomento analizzato, oltre a riprendere gli aspetti tecnici del prodotto stesso, sono approfonditi gli scenari di mercato e gli aspetti commerciali e di servizio alla clientela.

L'attività di Formazione Tecnico-commerciale è stata caratterizzata, a inizio anno, dalla conclusione del progetto formativo focalizzato sul servizio di consulenza finanziaria ai Clienti, che avviato nel 2010, ha coinvolto la quasi totalità delle Reti di Promotori Finanziari e Private Banker, per garantire la conoscenza e l'utilizzo della piattaforma BG Advisory, sviluppata in collaborazione con Morningstar Italy a supporto del servizio di consulenza.

L'attività di formazione Tecnico-Commerciale delle Reti è proseguita con interventi formativi su larga scala, riguardanti le principali novità all'interno dei comparti del prodotto di punta BG Selection. Oltre infatti alla presentazione dei nuovi comparti durante l'annuale Road Show di inizio anno, sono state erogate 2 giornate di formazione con le nostre principali Società Prodotto Terze in cui per ogni argomento analizzato, oltre a riprendere gli aspetti tecnici del prodotto stesso, sono stati approfonditi gli scenari di mercato e gli aspetti commerciali e di servizio alla Clientela.

Area Formazione Manageriale-Comportamentale

Questo tipo di formazione ha coinvolto nel 2011 sia le strutture manageriali che i Promotori Finanziari e Private Banker.

Le linee manageriali sono state interessate in particolare da un importante momento formativo sviluppato "ad hoc" per lo sviluppo del processo di reclutamento (sviluppo delle competenze legate alla trattativa con un candidato, dal primo contatto telefonico ai colloqui successivi, fino alla chiusura della trattativa).

Nella prima parte dell'anno si è concluso inoltre, per circa 80 Private Banker, il percorso formativo incentrato

sui "Referral" con l'obiettivo di diffondere metodi efficaci di sviluppo della relazione con i clienti esistenti e "prospect".

E' stata riconfermata per questa tipologia di corsi, come per gli anni passati, la componente "training on the job", attraverso la condivisione di best practice ed esperienze di esercitazione diretta.

Area Formazione Elettiva

La cosiddetta Formazione Elettiva è costituita dai "corsi di eccellenza" destinati ai Promotori Finanziari e Private Banker che più si sono distinti per meriti professionali.

Nel 2011 il progetto più importante in termini di coinvolgimento è stato quello relativo al Corso "Fiscalità", in collaborazione con un docente SDA Bocconi, con l'obiettivo di approfondire tematiche legate alla tutela del patrimonio e normativa successoria, e aggiornare la Rete in merito alle modifiche sulla fiscalità degli strumenti finanziari Fondi e Sicav e novità contenute nell'ultima manovra finanziaria.

E' proseguito inoltre il percorso di eccellenza "Sede - Rete", nato nel 2009, con l'obiettivo, di una sempre

maggior integrazione e conoscenza reciproca tra la Sede e la Rete, per un miglioramento continuo dei processi aziendali e quindi dei livelli di servizio offerti alla clientela. E' importante sottolineare come, anche e soprattutto attraverso la raccolta di feedback dai partecipanti nelle varie edizioni, il percorso si arricchisca continuamente di contenuti e spunti utili per il lavoro quotidiano sia dei promotori finanziari che dei dipendenti coinvolti.

Sono proseguite infine le attività di formazione gratuita legate a €FPA, la prima organizzazione non governativa (a livello europeo), che mantiene in maniera continuativa standard pertinenti e di elevata qualità per quanto attiene programmi didattici, esami e etica nel settore del financial advising a livello Europeo. Banca generali, che aderisce al progetto fin dall' avvio nel 2004, conta nel 2011, 244 tra Promotori Finanziari e Private Banker certificati EFA (*European Financial Advisor*), cui sono stati messi a disposizione corsi di formazione per un totale di 96 ore in modalità A e 8 ore in modalità B ai fini del mantenimento annuale della qualifica (che ne richiede un minimo di 20 in totale nell'anno).

Tutto questo ha portato nel 2011 ad un aumento delle ore uomo totali legato soprattutto agli importanti investimenti destinati alla formazione di "eccellenza", dedicata ai migliori Promotori e Private Banker di Banca Generali.

LA FORMAZIONE IN AULA									
	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2011	2010	VAR %	2011	2010	VAR %	2011	2010	VAR %
Tecnico Commerciale	1.492	1.463	2%	58.944	41.706	41%	7.368	5.213	41%
Manageriale Comportamentale	133	780	-83%	1.768	9.772	-82%	221	1.222	-82%
Elettiva	377	82	360%	4.808	1.312	266%	601	164	266%
Totale				65.520	52.790	24%	8.190	6.599	24%

Area Formazione Obbligatoria Abilitante

Nel corso del 2011 la piattaforma e-learning Simulware Sep2 del Gruppo Assicurazioni Generali è stata utilizzata per l'erogazione della formazione obbligatoria online alla Rete di Banca Generali, mediante la quale i Promotori Finanziari e Private Banker hanno potuto aggiornarsi in modalità di auto-formazione, in particolare sulla normativa ISVAP per un totale di 29.375 ore complessive.

Inoltre, in occasione dell'entrata in vigore dal 1° giugno della nuova disciplina del "credito ai consumatori", Banca Generali ha reso disponibile la fruizione del corso ABIFormazione "Trasparenza e credito ai consumatori", al fine di garantire a tutta la Rete un'adeguata formazione richiesta dalle novità introdotte dalla direttiva europea CCD.

LA FORMAZIONE ONLINE									
	N° PARTECIPANTI			ORE UOMO TOTALI			GIORNATE UOMO TOTALI		
	2011	2010	VAR %	2011	2010	VAR %	2011	2010	VAR %
Abilitante Obbligatoria	1.492	1.463	2%	29.375	35.163	-16%	3.672	4.395	-16%

8. 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 2011 erano in essere **61 posizioni controverse** che hanno generato altrettante vertenze, considerando sia quelle attive (22) sia quelle passive (39).

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).

9. DIALOGO CON LE RETI DI VENDITA

Banca Generali mette a disposizione della rete dei Promotori Finanziari e dei Private Banker vari strumenti per agevolare il dialogo e consentire una comunicazione puntuale e aggiornata con le strutture direzionali dedicate all'organizzazione e alla gestione della rete produttiva. In prima battuta, la struttura manageriale di rete, altamente professionalizzata, costituisce essenziale elemento di collegamento tra direzione e periferia, in grado di supportare un flusso comunicativo in entrambi i sensi. A questo fine mensilmente vengono organizzati incontri con la struttura manageriale di primo livello delle varie reti, a cui seguono a cascata incontri con le strutture periferiche organizzate in distretti ed uffici. Queste riunioni che, oltre alla direzione commerciale, vedono la presenza a turno di tutte le direzioni aziendali di volta in volta coinvolte in specifiche iniziative rivolte ai Promotori, sono l'occasione per recepire le richieste degli operatori più direttamente a contatto con il mercato ed illustrare/discutere le principali iniziative che verranno proposte per lo svolgimento dell'attività nel corso dell'anno. Questo continuo scambio comunicativo consente di mantenere un contatto costante ed efficace finalizzato anche a fornire una formazione continua su normative, modalità operative, regole e comportamenti da tenere nei confronti della clientela, in grado di agevolare l'attività di distribuzione dei prodotti e di migliorare il servizio al cliente.

Inoltre, almeno due volte l'anno vengono organizzati incontri plenari a cui partecipa direttamente la totalità o larga parte dei Promotori Finanziari, durante i quali vengono illustrate in modo più sintetico le strategie aziendali e le specifiche iniziative (di marketing, di prodotto, informatiche, formative, ecc.) che le supportano.

La rete di vendita di Banca Generali possono accedere a una specifica intranet aziendale (in aggiunta a quella che prevede la pubblicazione delle informazioni utili per i dipendenti), munita di più sezioni dedicate specificamente ai Promotori Finanziari, con notizie e cir-

colari dedicate che vengono costantemente aggiornate e con applicazioni operative necessarie a soddisfare anche le esigenze dei clienti, consentendo ad esempio una rendicontazione tempestiva ed aggiornata. Questo strumento, in cui sono comunicate tutte le novità normative e le iniziative inerenti alla vendita e alla gestione della clientela, rappresenta per Banca Generali una modalità diretta di coinvolgimento delle reti produttive anche relativamente agli obiettivi aziendali e consente la condivisione delle best practice. Tale strumento è utilizzato in via prioritaria per inviare comunicazioni sul lancio di nuovi prodotti e per fornire aggiornamenti su iniziative di natura commerciale. I Promotori Finanziari sono dotati di casella e-mail, fornita e gestita da Banca Generali, per consentire una comunicazione biunivoca puntuale e aggiornamenti quotidiani.

Sempre in tema di comunicazione e di servizio alle reti, occorre ricordare che esiste la possibilità per i Promotori Finanziari di inserire note in una specifica sezione della intranet aziendale relative a tutte le eventuali anomalie o simili riscontrate nella gestione dell'attività amministrativa riferita alla clientela o ai propri dati personali (provvigioni, ecc.). La risposta ad esse viene comunicata con il medesimo strumento secondo tempistiche celeri e predeterminate e consente di monitorare quotidianamente l'andamento della soluzione delle problematiche evidenziate.

Sempre a questo fine, ma anche con possibilità di fornire un più ampio servizio informativo riguardante posizione clienti, nuovi prodotti, remunerazione ed altro, esiste un call center dedicato ai Promotori Finanziari a cui costoro possono accedere liberamente con ampi orari di disponibilità.

Infine è allo studio l'utilizzo delle nuove tecnologie per consentire una sempre più ampia ed agevole accessibilità dei dati anche da postazioni portatili più (computer) o meno (iPad) tradizionali.

Coinvolgimento dei collaboratori

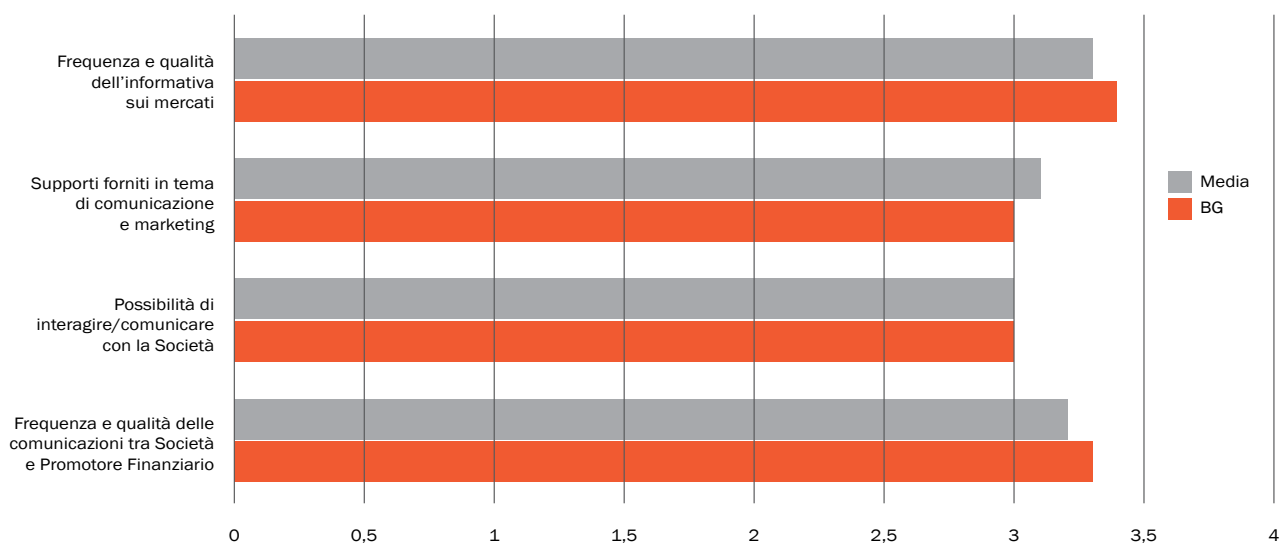
Una delle iniziative più significative relativamente al dialogo con la rete è costituita da un'ampia indagine statistica ad essa rivolta. Infatti ogni anno una società di ricerca indipendente (GfK Eurisko) conduce una specifica ricerca nei confronti di un panel di società che rappresentano la componente più significativa del mercato dei servizi e della promozione finanziaria.

Nell'ambito di Banca Generali Eurisko seleziona 150 Promotori Finanziari in modo tale da costituire un campione d'indagine significativo, a cui sottopone un ampio questionario. Da tale indagine è possibile desumere sia il livello complessivo di soddisfazione della rete di vendita di Banca Generali, misurato in confronto al mercato di

riferimento, sia il grado di apprezzamento di specifiche iniziative o caratteristiche della società. Inoltre queste indagini, riferite ad un mercato molto "mobile" e competitivo, consentono anche di identificare "dal basso" quei segmenti d'attività in cui può essere opportuno o necessario investire e migliorare. Questa costante attenzione applicata dalla Banca negli ultimi anni la ha portata non solo ad essere ai vertici del mercato di riferimento relativamente al grado di soddisfazione dei suoi operatori ma anche a migliorare ulteriormente la propria percezione in quasi tutti i settori anche nel 2011.

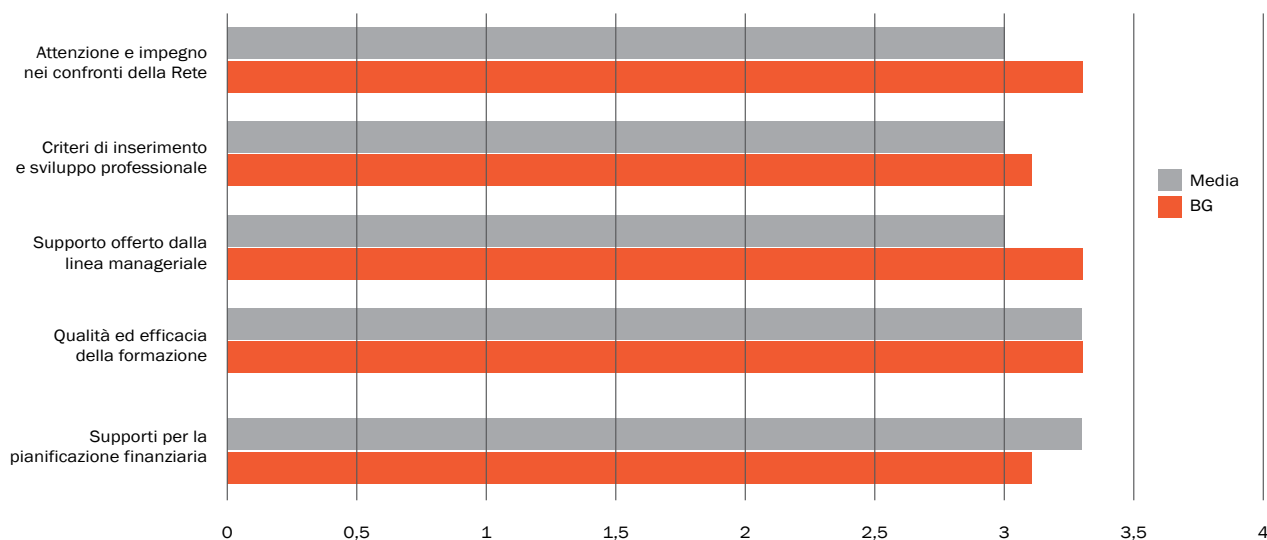
Risultati dell'indagine condotta:

Comunicazione



La comunicazione è percepita come tema ben presidiato, con valori pari o superiori alla media. L'unico elemento di minor rilievo (supporti di marketing) ha registrato comunque un netto miglioramento rispetto all'anno precedente.

Sviluppo professionale

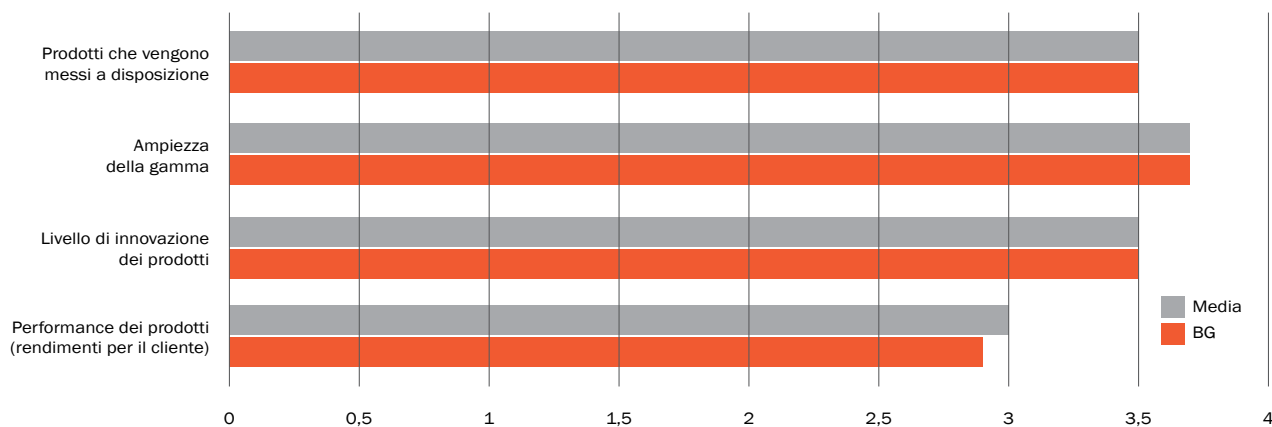


Benché Banca Generali già registri valutazioni talora ai vertici del mercato nei confronti di questo item, tutte le componenti segnalano un ulteriore netto miglioramento rispetto al 2010. In particolare si segnala la significativa crescita nell'unico elemento che gode di minor apprezzamento rappresentato dai supporti per la pianificazione finanziaria, fatto oggetto di una specifica iniziativa che

ha progressivamente dotato tutta la rete di computer portatili con possibilità di comunicazione in remoto ai dati aziendali (il punteggio cresce da 2,8 a 3,1).

Questa sezione dell'indagine è particolarmente importante perché, in un campo molto "delicato", la percezione dei Promotori Finanziari conferma l'attenzione dell'azienda allo sviluppo professionale dei suoi collaboratori.

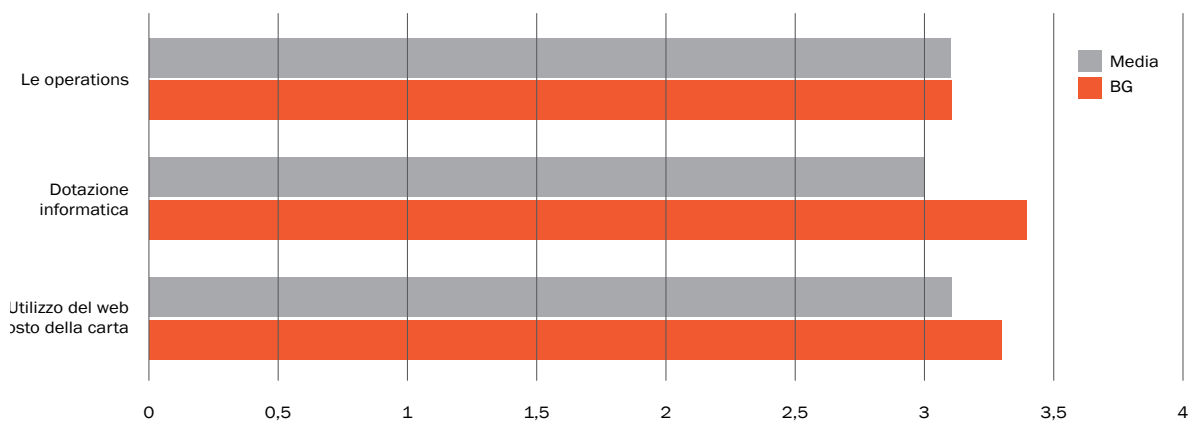
Prodotti



In generale si osserva che, a fronte di una soddisfazione complessiva molto alta (3,5 circa su una scala crescente da 1 a 4, Banca Generali è assolutamente nella media delle migliori società rappresentate.

La percezione circa le performance dei prodotti è influenzata dagli andamenti di mercato -particolarmente difficili nel 2011- e registra quindi una certa volatilità.

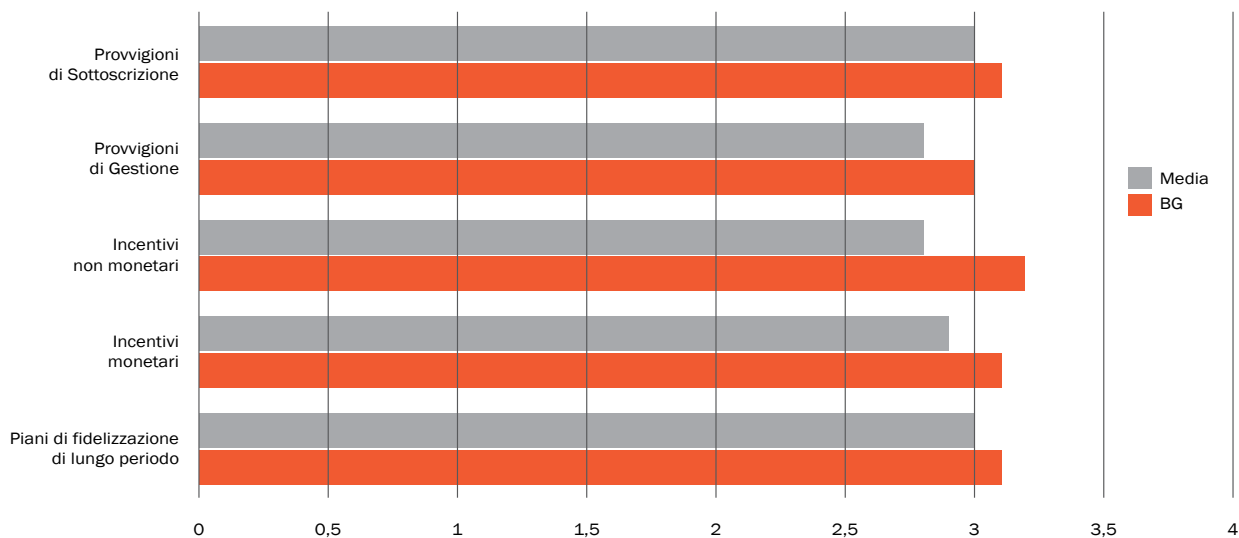
Supporti operativi



I supporti operativi confermano una valutazione nella media dei migliori competitor, mentre dotazione e sviluppo informatico, oggetto di specifiche e crescenti attenzioni, si pongono ai vertici di mercato. In questo campo, ad esempio, una serie successive di iniziative (denominata

Gestione Integrata Contratti) ha consentito di semplificare ed automatizzare in modo decisivo i processi amministrativi legati al processamento dei rapporti contrattuali con la clientela.

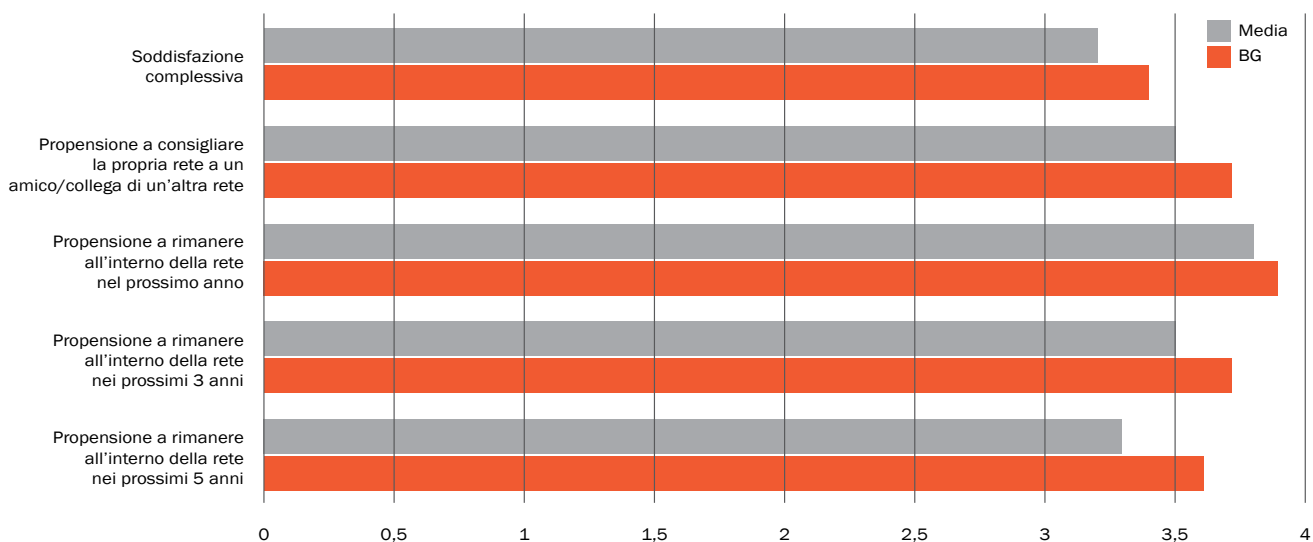
Remunerazione



Sul versante remunerativo è molto interessante notare l'ottima valutazione rispetto alla media, nonostante la remunerazione economica offerta rientri assolutamente

nei parametri di mercato. Infatti inevitabilmente essa viene valutata anche alla luce del più generale sistema di servizi e supporti offerti ai Promotori Finanziari.

Indice di fedeltà



Le indagini evidenziano, come portato di una soddisfazione complessiva significativamente superiore alla media e ai vertici del mercato, un indice di fedeltà della rete a 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 nettamente superiore alla media. Questi indici possono essere considerati i veri indicatori sintetici della soddisfazione della rete dei Promotori Finanziari e Private Banker nei confronti del rapporto lavorativo instauratosi con la Banca.





Relazione
sociale

Risorse umane



1. DIMENSIONI E CARATTERISTICHE DELL'ORGANICO

ORGANICO						
	2011			2010		
	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	FEMMINE	MASCHI	TOTALE
BANCA GENERALI	365	321	686	369	324	693
BG SGR	19	20	39	16	22	38
BG FIDUCIARIA	3	6	9	3	5	8
GENERFID	4	0	4	2	0	2
GFM	9	20	29	11	20	31
TOTALE GRUPPO	400	367	767	401	371	772

Il numero dei dipendenti non evidenzia modifiche di rilievo rispetto all'anno precedente.

Sulla base degli andamenti osservati si può affermare che, anche con il perdurare di un quadro econo-

mico che richiede interventi strutturali per mantenere la competitività dell'impresa, anche nel 2011 il Gruppo Banca Generali ha mantenuto sostanzialmente stabili i livelli occupazionali.

	2011			2010			VAR.
	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	FEMMINE	MASCHI	TOTALE	
Abruzzo	2	0	2	2	0	2	0%
Calabria	1	1	2	0	1	1	100%
Campania	6	7	13	7	8	15	-13%
Emilia Romagna	4	7	11	4	7	11	0%
Friuli Venezia Giulia	166	147	313	162	148	310	1%
Lazio	9	14	23	8	15	23	0%
Liguria	3	5	8	3	5	8	0%
Lombardia	176	149	325	178	148	326	0%
Piemonte	9	7	16	8	8	16	0%
Puglia	2	1	3	2	1	3	0%
Sicilia	1	0	1	1	1	2	-50%
Toscana	2	3	5	2	3	5	0%
Umbria	0	1	1	0	1	1	0%
Veneto	10	5	15	13	5	18	-17%
Italia	391	347	738	390	351	741	0%
Lussemburgo	9	20	29	11	20	31	-6%

Analizzando la distribuzione geografica dell'organico non si evidenziano modifiche di rilievo in Italia, mentre si registra una lieve flessione in Lussemburgo.

ORGANICO PER LIVELLO

	Dirigenti		Quadri		Impiegati			Totale		di cui personale di vendita		
	2011	2010	2011	2010	2011	di cui TD	2010	di cui TD	2011	2010	2011	2010
	51	50	185	185	531	51	537	62	767	772	58	64
Incidenza %	6,6	6,5	24,1	24	69,2	6,6	69,6	8	100	100	7,6	8,3

La distribuzione dell'organico complessivo per livello non evidenzia particolari scostamenti rispetto l'esercizio scorso.

Nel dettaglio si registra un lieve incremento dei dirigenti e dei quadri direttivi (+0,1%) contro una piccola flessione degli impiegati (-0,4%).

Nell'esercizio in esame il numero delle risorse a tempo determinato ha registrato una riduzione pari all'1,4%.

DONNE PER LIVELLO

	Dirigenti		Quadri		Impiegati			Totale		di cui personale di vendita		
	2011	2010	2011	2010	2011	di cui TD	2010	di cui TD	2011	2010	2011	2010
	10	8	65	65	325	26	328	30	400	401	14	16
Incidenza %	2,5	2	16,3	16,2	81,3	6,5	81,8	7,5	100	100	3,5	4

Le donne rappresentano in media il 52,2% dell'organico complessivo del Gruppo, in aumento rispetto all'anno precedente (51,9%).

In media, il 31,8% delle posizioni di responsabilità (dirigenti e quadri) è ricoperto da donne (31,1% nel 2010) con un aumento di 0,7 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

La presenza femminile interessa tutti i livelli, anche se la parte preponderante delle donne (81,3%) continua a essere inquadrata nel livello impiegatizio.

Nei call center la presenza femminile rimane preponderante (71,3%, 63,8% nel 2010).

ORGANICO PER TIPO DI CONTRATTO

	Full-time TI		Full-time TD		Part-time TI		Part-time TD		Totale	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
	648	646	40	55	68	64	11	7	767	772
Incidenza %	84,5	83,7	5,2	7,1	8,9	8,3	1,4	0,9	100	100

- Il 93,4% dell'organico del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (92% nel 2010).
- I dipendenti part-time sono 79, pari al 10,3% del totale (9,2% nel 2010). A scegliere il part-time sono prevalentemente donne, maggiormente coinvolte nella gestione e nella cura della famiglia: nel 2011 le donne rappresentano il 92,4% dei lavoratori part-time (91,5% nel 2010).
- Le società del Gruppo fanno ricorso, per periodi limitati, anche a lavoratori interinali o a progetto (14 al 31/12/2011, pari all'1,8% dell'organico), per far fronte a picchi di lavoro e assenze temporanee di personale (maternità, malattia ecc.) o progetti specifici. Le donne rappresentano il 50% dei lavoratori a progetto e interinali.
- Le società del Gruppo agevolano l'accesso dei giovani al mondo del lavoro attraverso l'avvio di progetti formativi (stage). Al 31/12/2011 risultavano in formazione all'interno del Gruppo nr. 6 stagisti (di cui nr. 2 donne e nr. 4 uomini).
- Nel 2011 il numero degli addetti ai call centre raggiunge 80 unità, pari al 10,4% dell'organico totale e al 15,1% del livello impiegatizio.

Prosegue la tendenza all'aumento dei dipendenti del Gruppo Bancario in possesso di titoli di studio a livello universitario e post-universitario (48% nel 2011, vs. 46,5% nel 2010).

ORGANICO FEMMINILE PER TIPO DI CONTRATTO

	Full-time TI		Full-time TD		Part-time TI		Part-time TD		Totale	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
	308	310	19	26	66	61	7	4	400	401
Incidenza %	77,0	77,3	4,8	6,5	16,5	15,2	1,8	1,0	100	100

- Il 93,5% dell'organico femminile del Gruppo è assunto a tempo indeterminato (92,5% nel 2010).
- Le dipendenti part-time sono 73, pari al 18,3% del totale donne (16,2% nel 2010).

RETRIBUZIONE DONNE/UOMINI						
	DIRIGENTI		QUADRI		IMPIEGATI	
	retribuzione complessiva*	retribuzione base**	retribuzione complessiva*	retribuzione base**	retribuzione complessiva*	retribuzione base**
Italia	0,73	0,77	0,83	0,91	0,86	0,95
Lussemburgo	0,81	0,96	1,47	1,31	0,85	0,83

* importo annuo pagato dal gruppo ai dipendenti: include oltre a quanto stabilito dal CCNL e dal contratto integrativo qualsiasi altro tipo di retribuzione aggiuntiva quali anzianità aziendale, lavoro straordinario, bonus, gratifiche, benefit

** importo relativo al solo CCNL di settore non include quindi alcun tipo di retribuzione aggiuntiva

Con riferimento al 2011, in tabella si evidenzia il rapporto tra la retribuzione complessiva annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini e il rapporto tra la retribuzione base annua lorda delle donne rispetto a quella degli uomini per i diversi livelli di inquadramento. Nella maggior parte dei casi le donne hanno una retribuzione annua lorda inferiore rispetto a quella degli uomini. Ciò è dovuto principalmente al fatto che sono più numerose degli uomini le donne che usufruiscono dei congedi previsti dalla legge a seguito della nascita dei figli o prediligono contratti di lavoro part-time per meglio conciliare gli impegni della vita familiare con quelli lavorativi. Inoltre, in generale, la differenza è minore a livello di retribuzione base, ma cresce qualora si considerino le varie componenti di retribuzione aggiuntiva.

Nei dirigenti la retribuzione complessiva delle donne è inferiore rispetto a quella degli uomini perché hanno

un'anzianità di servizio più bassa. Inoltre, sono più numerosi gli uomini con un ruolo di responsabilità strategica, che comporta una retribuzione sensibilmente più elevata.

Nei quadri, in Italia, la retribuzione complessiva degli uomini è superiore a quella delle donne perché in questa categoria è presente la maggior parte del personale di vendita di Banca Generali, rappresentata da un numero elevato di uomini, che usufruisce di un sistema premiante di MBO. In Lussemburgo la differenza è data prevalentemente dalla componente variabile della retribuzione, legata al raggiungimento di obiettivi nell'ambito di un sistema premiante di MBO.

Negli impiegati il divario tra la retribuzione complessiva delle donne rispetto a quella degli uomini è dovuto soprattutto alla presenza dei contratti part-time (per il 92,4% relativi a donne) e ai congedi parentali per i quali viene corrisposta una retribuzione ridotta.

ORGANICO PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
	216	261	349	329	165	146	37	36	767	772
Incidenza %	28,2	33,8	45,5	42,6	21,5	18,9	4,8	4,7	100	100

La fascia più numerosa continua ad essere quella dei lavoratori aventi una fascia di età fra 35 e 44 anni (45,5% vs. 42,6% nel 2010).

Complessivamente, circa il 74% del personale ha

meno di 45 anni, con un'età media di 39 anni. La fascia meno numerosa è quella relativa ai dipendenti di età superiore a 54 anni (4,8%).

ORGANICO FEMMINILE PER FASCIA D'ETÀ										
	Fino a 34		35-44		45-54		Oltre 54		Totale	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
	120	147	200	188	72	58	8	8	400	401
Incidenza %	30,0	36,7	50,0	46,9	18,0	14,4	2,0	2,0	100	100

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 la metà della popolazione femminile (50%), è quella delle donne aventi

un'età compresa fra 35 e 44 anni.

Complessivamente, l'80,0% delle donne ha meno di 45 anni. Le donne con un'età superiore ai 54 anni rappresentano il 2% della popolazione femminile.

TURNOVER					
	Personale al 31/12/2011	variazione	2011 cessazioni	assunzioni	Personale al 31/12/2010
	767	-5	92	87	772
di cui donne	400	-1	43	42	401

Il turnover include 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.

In media, nel turnover di Banca Generali il coinvolgimento delle donne è inferiore di quello degli uomini: nel 2011, il 48,3% delle assunzioni e il 46,7% delle cessazioni hanno infatti riguardato il personale femminile.

Nel 2011 il tasso di turnover complessivo, calcolato come $(\text{assunzioni} + \text{cessazioni}) / [(\text{organico a inizio anno} + \text{organico a fine anno}) / 2]$, è pari a 0,23.

Il turnover riferibile al Lussemburgo ha riguardato nel 2011: il 4,6% delle assunzioni e il 6,5% delle cessazioni.

Il turnover riferibile ai dirigenti ha riguardato nel 2011: nr. 1 assunzione e nr. 1 cessazione.

Nel 2011 le cessazioni avvenute nello stesso anno dell'assunzione riguardano nr. 23 lavoratori del Gruppo (di cui 12 donne). Si tratta di 22 (di cui 12 donne) impiegati con contratto a tempo determinato di breve periodo e di 1 cessazione di un impiegato a tempo indeterminato passato ad altra società del Gruppo Assicurazioni Generali.

Numero di cessazioni per fascia d'età e sesso

	fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
	58	28	6	92
di cui donne	24	17	2	43

- Nel turnover si considera anche il personale con contratto a tempo determinato (comprese le sostituzioni per maternità). In particolare, l'incidenza di quest'ultimo sul numero di cessazioni nell'anno è del 59,8% e si riferisce in parte largamente preponderante a uscite per scadenza del contratto di giovani di età inferiore ai 35 anni.
- Le cessazioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 40,2% sul totale.
- Il tasso di turnover negativo, calcolato come numero totale di cessazioni nel 2011/(organico complessivo a inizio anno x 100), è pari all'11,9%.
- Il 55,4% delle cessazioni ha riguardato la già citata scadenza dei contratti a termine, il 17,4% è riconducibile a passaggi ad altre società del Gruppo ed il restante 27,2% è dovuto a dimissioni, che includono anche le cessazioni per pensionamento di anzianità (4,3%).
- L'incidenza delle uscite decresce all'aumentare dell'età: si passa dal 63% dei collaboratori under 35 anni, che risente in particolare delle cessazioni dei contratti a tempo determinato, oltre che della naturale maggior propensione al cambiamento dell'impiego dei più giovani, al 6,5% degli over 54 anni.

Numero di assunzioni per fascia d'età e sesso

	fino a 34 anni	da 35 a 54 anni	oltre 54 anni	totale
	65	22	0	87
di cui donne	31	11	0	42

- Nel turnover si considera anche il personale con contratto a tempo determinato (comprese le sostituzioni per maternità). In particolare, l'incidenza di quest'ultimo sul numero di assunzioni nell'anno è del 73,5% e si riferisce in parte largamente preponderante a giovani di età inferiore ai 35 anni.
- Le assunzioni di personale con contratto a tempo indeterminato incidono per il 26,5% sul totale.
- Il tasso di turnover positivo, calcolato come numero totale di assunzioni sull'organico complessivo a inizio anno x 100, è pari all'11,3%.
- Il 48,3% delle assunzioni ha riguardato donne aventi, per la maggior parte, un'età inferiore a 34 anni.

ORGANICO PER ANZIANITÀ DI SERVIZIO

	< 10 anni		> 10 anni		totale		anzianità media di servizio	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Totale	652	699	115	73	767	772	6	6
Incidenza %	85,0	90,5	15,0	9,5	100	100		

L'85% dei collaboratori ha un'anzianità di servizio inferiore ai 10 anni. Ciò è dovuto al fatto che la Società ha iniziato ad operare solo dalla fine del 1997.

Il personale con anzianità di servizio superiore a 10 anni proviene principalmente 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 di Banca Generali vengono adottate politiche che pongono le risorse umane al centro delle attività aziendali.

In via generale, Banca Generali rispetta le norme di legge di rango costituzionale (di cui si evidenzia l'art.3 della Costituzione Italiana relativa al principio di eguaglianza), di livello ordinario e regolamentare, nonché le disposizioni collettive, 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 Codice Etico è reso disponibile a tutti i dipendenti nella Home Page della Intranet di Banca Generali oppure nella pagina dedicata sul Portale HR. Nel corso dell'anno tutti i nuovi assunti a tempo determinato o indeterminato hanno seguito il corso in e-learning sui contenuti del Codice Etico per un totale di 64,5 ore di formazione. I dipendenti che negli anni hanno fruito del corso sono pari all'11,5% sul totale.

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.

In relazione allo specifico ambito merceologico, si evidenzia che Banca Generali e le sue controllate applicano anche il Protocollo sullo sviluppo sostenibile e compatibile del sistema bancario, sottoscritto tra ABI e Organizzazioni Sindacali a livello nazionale il 16 giugno 2004.

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 di 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 Banca Generali, le candidature spontanee arrivate alla società e 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.

Il processo di selezione prevede una valutazione della durata di mezza giornata con prove attitudinali individuali e di gruppo nonché colloqui con valutatori certificati del Gruppo Generali (assessment center), oltre a un colloquio individuale finale con i manager di linea.

I candidati ideali devono avere, in linea con le competenze manageriali 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 analisi e 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, 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 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.

Nel 2011 è stato sviluppato uno specifico piano dedicato al Talent Pool basato sulla valorizzazione del merito e sullo sviluppo di conoscenze e competenze. Il sistema affianca a iniziative di alta formazione (es. master di specializzazione in Italia e all'estero, corsi di approfondimento presso prestigiosi enti di formazione, programmi di coaching), mobilità nazionale e internazionale ed eventi culturali, sportivi, esperienziali organizzati dalla banca.

Nessun lavoratore di Banca Generali ha un'età inferiore a 18 anni. Per assicurare il rispetto di questo divieto le società verificano l'età dei dipendenti all'atto dell'assunzione.

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.

In relazione ai dipendenti - uomini e donne - neoassunti a tempo indeterminato in Banca Generali (area Italia), l'inquadramento avviene normalmente nella ter-

za area professionale, primo livello retributivo con retribuzione annua lorda prevista dal CCNL Credito per tale inquadramento. Tale retribuzione è allineata alla media retributiva delle altre società del settore.

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).

Nel Gruppo Bancario Banca Generali - in linea con quanto è in vigore nel Gruppo Generali - per posizioni dirigenziali e alcuni funzionari/quadri, l'assegnazione di un punteggio in base al metodo Hay permette di elaborare politiche retributive che tengono conto delle esigenze di equità interna e di competitività. E' previsto un sistema premiante che prevede l'assegnazione ai dirigenti di obiettivi in base alla logica della Balanced Scorecard .

Per quanto riguarda l'Amministratore Delegato ed il top management del Gruppo Bancario gli strumenti attualmente in uso sono l'assegnazione di Balanced Scorecard per la remunerazione variabile a breve termine, ed il Long Term Incentive Plan per quella a lungo termine.

Per maggiori e più approfondite informazioni sulle politiche retributive del Top Management si rimanda alla Relazione Finanziaria annuale e al documento Relazione sulla remunerazione: politiche in materia di remunerazione del gruppo bancario e resoconto sull'applicazione delle politiche stesse nell'esercizio 2011 pubblicato a seguito dell'Assemblea degli Azionisti dell'aprile 2012.

Alcuni esponenti del top management hanno una precisa indicazione nella rispettiva Balanced Scorecard riferita ad incentivi legati al raggiungimento di target ambientale.

Benefit

Sono previsti, per il personale full-time 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.

Il contratto integrativo di Banca Generali, rinnovato nel mese di giugno 2010, prevede per tutti i dipendenti appartenenti alle categorie degli Impiegati e dei Quadri Direttivi del Gruppo Bancario (area Italia) i seguenti istituti collettivi aventi valenza economica:

- **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 4,1% dall'1 gennaio 2010 delle voci retributive riconducibili al CCNL;
- **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 (questi ultimi 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;
- **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. Per loro natura mutui casa e prestiti personali sono riservati ai dipendenti a tempo indeterminato;
- **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*).

- **agevolazioni sui prodotti di risparmio gestito ed assicurativo:** sono previste agevolazioni sulla sottoscrizione dei prodotti di risparmio gestito ed assicurativo che consistono nella riduzione o nell'abbattimento delle commissioni di sottoscrizione o di gestione o sui premi normalmente previsti.

Per il personale con qualifica dirigenziale è stato adottato, ad iniziativa aziendale, un regolamento che prevede un articolato sistema di benefit – in una logica di progressiva armonizzazione dei trattamenti con quanto analogamente già previsto a livello di Gruppo Generali. A tale categoria di dipendenti si applicano anche le varie policies di Gruppo Generali (ad es: assegnazione auto a uso promiscuo).

Nel 2011 due dipendenti che hanno partecipato all'Executive Master in Corporate Finance & Banking offerto da Banca Generali presso la SDA Bocconi hanno concluso con il diploma il loro corso iniziato l'anno precedente. Sempre nel 2011 ad un altro dipendente è stata offerta la partecipazione all'Executive Development Programme di ISTUD. Anche per il 2012 sono state offerte altre due partecipazioni al Master Bocconi (che verranno assegnate a seguito di un articolato processo di selezione che ha preso avvio dalla pubblicazione di un bando pubblico) e verrà rinnovata la partecipazione di una persona all'*Executive Development Programme* ISTUD.

Attività di socializzazione e ricreazione

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 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 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 di Banca Generali ha consentito di devolvere 5.500 euro a tre 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.

L'impegno sportivo dilettantistico di diverse compagnie di dipendenti di Banca Generali si è concretizzato nella partecipazione al Torneo Coppa Generali di calcio, nel quale la banca ha presentato una propria squadra. Questa manifestazione, che nel 2011 ha visto la sua prima edizione, celebra l'orgoglio di appartenenza al Gruppo ma anche i valori della squadra e della coesione espressi dalla pratica sportiva.

Processi di valutazione delle risorse umane

I responsabili esprimono annualmente 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.

Per tutti i dipendenti, assunti a tempo indeterminato e nel ruolo da più di 6 mesi, viene adottata una scheda qualitativa che prevede la valutazione annuale delle competenze comportamentali di base, in una logica di performance e di rispetto dei valori del Gruppo, e l'ag-

giornamento del piano di sviluppo annuale a supporto della prestazione

Per dare ai responsabili tutti gli strumenti necessari per effettuare in modo appropriato la valutazione delle proprie risorse, tutti gli anni vengono erogati interventi formativi di approfondimento sul processo di valutazione e sugli strumenti da utilizzare.

Tali strumenti di valutazione contribuiscono a fornire, insieme ad altri, un parametro molto utile per identificare le risorse maggiormente meritevoli cui assegnare interventi premianti a carattere "una tantum" (ad es. bonus) o permanente (superminimi, "ad personam" ovvero promozioni).

La valutazione della prestazione - obbligatoria in base alle previsioni del CCNL Credito - va comunicata formalmente ad ogni collaboratore entro il primo quadrimestre dell'anno successivo a quello oggetto di valutazione. Il collaboratore, se ritiene di non accettare l'esito della valutazione, può presentare ricorso ed esporre - con l'eventuale supporto di una figura sindacale aziendale - le proprie ragioni in merito. Entro 60 giorni dal termine di tale fase di contraddittorio, l'Azienda deve comunicare all'interessato l'esito del ricorso.

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.

Nel 2011 il numero delle donne dirigenti e quadri direttivi rappresenta il 31,8% del totale delle due cate-

gorie, con un aumento di 0,7 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Gli organici di Banca Generali sono composti per la quasi totalità da personale italiano. In ogni caso, ai dipendenti di qualsiasi nazionalità vengono offerte pari opportunità di crescita professionale e di carriera, anche grazie a politiche che favoriscono la mobilità infragruppo. Nelle società di Banca Generali il 98% dei dirigenti è locale.

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. Nel cortile interno della sede di Trieste di Banca Generali sono stati riservati 2 posti auto a dipendenti con capacità motoria sensibilmente ridotta.

Al 31 dicembre 2011 i disabili in forza nel Gruppo Bancario erano 41, di cui 24 donne (pari al 58,5% del totale disabili).

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 con correlato spostamento dell'orario di uscita.

L'orario di lavoro settimanale a tempo pieno è pari a 37,5 ore che si riducono a 36 ore nel caso di attività articolate su turni.

I dipendenti, che svolgendo attività a contatto con la clientela debbono necessariamente seguire orari di lavoro rigidi, possono comunque usufruire di riduzioni di orario di lavoro tranne che nelle unità produttive di ridotte dimensioni.

Si evidenziano le particolarità dell'unità organizzativa di Contact Center che impiega circa una sessantina di dipendenti con il compito di gestire on line le richieste dispositive e/o informative provenienti dalla clientela ovvero dalla rete di distribuzione dei promotori finanziari.

Tale unità organizzativa copre dalle 8,00 alle 22,00 da lunedì al venerdì (8,00 – 14,00 il sabato) il servizio ai clienti finali mentre copre dalle 8,30 alle 18,35, da lunedì a venerdì, il servizio per i Promotori Finanziari.

Ogni dipendente addetto a tale unità organizzativa ha un orario settimanale a full time di 36 ore e, nell'ambito delle fasce orarie sopra ricordate di copertura del servizio, viene impiegato in turni a rotazione mensile, consentendo anche una miglior

pianificazione delle attività extralavorative. I turni – circa una trentina – sono organizzati per consentire sia un miglior presidio del servizio che la possibilità per i dipendenti di seguire diversi aspetti operativi e di business.

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. Tali previsioni sono state ribadite in occasione del rinnovo del contratto integrativo di Banca Generali, avvenuto a giugno 2010.

Per agevolare la conciliazione degli impegni di lavoro con quelli familiari a settembre 2010 sono stati inaugurati i primi Asili Nido aziendali - denominati "I Cuccioli del Leone" - dedicati ai bambini tra i 3 mesi ed i 3 anni di età. I primi sono stati aperti presso le sedi di Mogliano Veneto, Trieste e nel 2011 Roma.

Tutti i dipendenti di 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. Con il citato rinnovo del contratto integrativo è stata introdotta la previsione migliorativa per cui la banca ore viene alimentata dalle maggiori prestazioni calcolate al minuto primo e non più a "blocchi" di mezz'ora e poi quarti d'ora.

Ai lavoratori del Gruppo possono essere riconosciuti periodi discrezionali di aspettativa – con diritto o meno al trattamento economico - per motivi personali/familiari o di grave indole privata.

Agli stessi lavoratori sono altresì riconosciuti i diritti in materia di assenza dal lavoro (retribuita e/o non retribuita) previsti a livello legale e/o contrattuale quali ad es: congedo per matrimonio, permesso retribuito di tre giorni per decesso di un familiare, gravidanza e allattamento, congedo di maternità/paternità, permesso non retribuito per malattie dei figli, visite mediche e cure, permessi per assistenza a familiari in stato di handicap grave.

Con riferimento al congedo parentale, oltre al congedo obbligatorio spettante al personale femminile, la totalità dei dipendenti, indipendentemente dal sesso, ha la possibilità di usufruire di congedi parentali.

Nel corso del 2011 nr. 84 dipendenti hanno usufruito di congedi parentali di cui 80 donne (1 in Lussemburgo) e 4 uomini.

Delle 84 persone che nel corso del 2011 hanno usufruito di congedi parentali, al 31/12/2011:

- 59 persone (fra cui i 4 uomini), terminato il loro congedo, sono regolarmente rientrati in forza;
- 22, tutte donne, (di cui nr. 1 in Lussemburgo), stanno ancora usufruendo di congedi parentali;
- 2 donne, in Italia, hanno cessato il loro rapporto di lavoro a seguito di dimissioni volontarie;

- 1 donna, in Italia, ha cessato il suo rapporto di lavoro a seguito di sopravvenuta scadenza del suo contratto di lavoro.

Ad eccezione di 1 passaggio in società del Gruppo Assicurazioni Generali e di 1 cessazione per dimissioni volontarie (entrambi relativi a personale femminile) la totalità dei dipendenti che è rientrata in forza dopo un congedo parentale risulta ancora in forza dopo 12 mesi dal loro rientro.

Il tasso di assenteismo è calcolato come numero di giornate di assenza, totali o per le diverse cause individuate, sul numero di giornate lavorative nell'anno (giorni dell'anno diminuiti dei giorni non lavorativi quali sabati, domeniche e festività) moltiplicate per il numero dei dipendenti in organico a fine anno. Vengono prese in considerazione le assenze dal lavoro per malattia, infortuni sul lavoro e le assenze non retribuite.

Nel 2011 il tasso di assenteismo è stato pari al 2,70% (3,64% nel 2010), così ripartito:

- 0,45% (0,24% nel 2010) per assenze non retribuite (tra queste sono comprese le causali di aspettativa non retribuita che riflettono esigenze di conciliazione della vita lavorativa con quella familiare);
- 2,22% per malattia (3,38% nel 2010) e 0,03% per infortunio (0,034% nel 2010).

4. SALUTE E SICUREZZA NELL'AMBIENTE DI LAVORO

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.

In rappresentanza dei lavoratori di Banca Generali sono stati nominati 4 RLS ed 1 per i dipendenti di BG SGR.

I rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) per le aziende del Gruppo Bancario sono stati formati e coinvolti dall'azienda e dalla capogruppo sui temi e per gli aspetti previsti dal D.Lgs 81/2008; è continuata anche nel 2011 la formazione specifica per i preposti individuati sulle sedi periferiche 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 che succursali sono dotate di cassette o di pacchetti di medicazione ed inoltre sono state acquistate per le sedi direzionali di Milano e Trieste apposite sedie di evacuazione da utilizzare - nel caso in cui l'emergenza segnalata obblighi il personale a lasciare l'immobile - per agevolare l'uscita dei colleghi disabili.

Viene periodicamente monitorata l'attività dei medici competenti nominati sul territorio che hanno l'obbligo di effettuare i sopralluoghi nelle sedi di lavoro: allo stato attuale le sedi centrali sono state oggetto di sopralluogo annuale e le u.o. periferiche secondo la cadenza prevista; le eventuali segnalazioni di azioni di

miglioramento sono state affrontate.

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. Nel 2011 il 100% dei dipendenti ha ricevuto il volume "Antirapina" e tutti i nuovi addetti al Servizio Succursali hanno frequentato il corso formativo in e-learning.

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, tipologia di cassa "cash in-out") 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 cinque 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.

In alcune succursali sono stati installati i vetri blindati sul banco dell'operatore di cassa ed in una – in via sperimentale – l'addetto è stato fornito di un "pulsante antimalore" collegato ad una centrale di sorveglianza. Dovesse risultare positivamente accolto ed utile tale strumento verrà fornito anche in altre succursali.

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 2011 non sono occorse rapine a danno di succursali bancarie.

Programmi

Nel 2011, il 34,14% del personale è stato sottoposto ai controlli 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 addetti ai videoterminali. Sono state complessivamente effettuate 252 visite mediche (tra preventive e periodiche) a dipendenti e collaboratori del Gruppo Bancario. I risultati derivanti da tali visite mostrano una elevata prevalenza di giudizi di idoneità senza alcuna prescrizione e/o limitazione; il dato complessivo rivela la sostanziale assenza di disturbi astenopici e una ridotta presenza di disturbi cervicali e di disturbi agli arti superiori.

Anche nel 2011, come negli anni precedenti, l'azienda ha messo gratuitamente a disposizione dei dipendenti che volontariamente hanno aderito, la possibilità di effettuare nel periodo invernale previsto dal Ministero della Salute la profilassi antuinfluenzale.

Nel corso del 2011 è stato compiuto un grosso sforzo di formazione sui temi della sicurezza. Quasi tutti i dipendenti (91%) hanno frequentato il corso e-learning "Utilizzo dei videoterminali" e oltre 130 persone hanno partecipato ai corsi in aula su almeno una delle diverse tematiche della sicurezza.

La formazione in aula si è articolata in corsi per gli addetti al primo soccorso (636 ore), addetti all'antincendio (176 ore) preposti alla sicurezza (144 ore), addetto al servizio sicurezza e protezione (ASSP) (54 ore), riaddestramento addetti alle squadre di emergenza (84 ore) e per l'utilizzo delle sedie disabili per l'evacuazione (92 ore).

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 2011 per la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori – che comprende i costi per la sorveglianza sanitaria, i costi di formazione in aula, i costi per le dotazioni delle squadre di emergenza ecc. – ammonta a circa 70.000 Euro.

Nel 2011 si sono verificati in tutto 4 infortuni (3 in itinere ed 1 sul luogo di lavoro), nessuno dei quali ha causato morte, invalidità gravi o permanenti o malattie professionali ai lavoratori coinvolti.

Gli infortuni verificatisi nel 2011, tutti avvenuti in Italia, hanno riguardato 2 donne (fra cui 1 sul luogo di lavoro) e 2 uomini.

Nel 2011 il tasso di assenteismo per infortunio, calcolato come rapporto tra giorni di assenza per tale causale e numero totale di giornate lavorative nell'anno moltiplicate per il numero di dipendenti in organico a fine anno, è pari allo 0,030% (0,034% nel 2010) mentre quello relativo ai soli infortuni sul posto di lavoro (esclusi, quindi, gli incidenti in itinere) è pari al 0,002% nel 2011 (0,029% nel 2010).

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 2011 il tasso di sindacalizzazione (percentuale dipendenti iscritti a sigle sindacali rispetto ai dipendenti totali perimetro Italia) era pari al 41%. Al 96,2% 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, a fronte delle frequenti operazioni straordinarie di fusione/acquisizione/scorporo che hanno riguardato il Gruppo Bancario (vedi il capitolo "storia del Gruppo"), le Società coinvolte hanno attivato le relative procedure sindacali di confronto, previste sia a livello legislativo che contrattuale. Tali procedure, finalizzate alla ricerca preliminare di soluzioni condivise tra le parti (aziende e sindacati) per la gestione delle ricadute riorganizzative sui dipendenti, hanno una durata di 45 - 50 giorni entro cui addivenire ad accordi sindacali. In mancanza di accordo nei tempi ricordati, l'Azienda può assumere le proprie determinazioni unilateralmente. A tal proposito, si evidenzia come vi sia stata sostanzialmente sempre la possibilità di raggiungere utili intese sindacali allineate.

Per quanto riguarda le ricadute sui dipendenti, le suddette operazioni societarie sono state gestite anche nel rispetto dei principi enunciati dal Codice Etico del Gruppo Generali 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 si-

gnificativa 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.

Come più volte anticipato, nel corso del 2010 è stato rinnovato il contratto integrativo per i dipendenti di Banca Generali (area Italia), al termine di una trattativa iniziata a fine 2009 con la presentazione della piattaforma rivendicativa sindacale. In particolare, il rinnovo ha riguardato sia le materie demandate dal contratto collettivo nazionale al livello aziendale (premio di risultato, assistenza sanitaria, previdenza integrativa e, a certe condizioni, inquadramenti) sia altre materie tipiche della prassi di settore ovvero riconducibili alle regole - laddove applicabili - previste dalla Capogruppo Assicurazioni Generali.

Di particolare rilievo i miglioramenti per i dipendenti in materia di assistenza sanitaria, previdenza integrativa (aumento del contributo a carico azienda e possibilità di accedere al Fondo Pensione chiuso di Gruppo Generali), flessibilità della prestazione lavorativa, permessi per visite mediche o analisi cliniche. Trattandosi di contrattazione collettiva, ne sono destinatari tutti i dipendenti delle categorie impiegati e quadri direttivi, senza distinzione di genere ovvero tipologia di orario di lavoro. L'unica eccezione riguarda il personale con contratto a termine per cui non è prevista la possibilità di utilizzare le agevolazioni in materie di mutuo casa ovvero prestiti personali.

In Banca Generali non esistono casi di lavoro forzato, obbligato o comunque irregolare. Tutti i dipendenti sono liberi di rescindere il contratto d'impiego rispettando il periodo di preavviso stabilito dalla contrattazione collettiva nazionale.

Contenzioso dipendenti

Nell'ambito della gestione complessiva delle posizioni a contenzioso, alla quale sono state adibite risorse dotate dei necessari requisiti di competenza specifica e di coerente esperienza professionale, viene riservata un'attenzione specifica al contenzioso riguardante i dipendenti, in considerazione della natura peculiare, anche dal punto di vista processuale, delle controversie giuslavoristiche.

Delle 10 posizioni di dipendenti di Banca Generali S.p.A. risultanti a contenzioso nel 2011, la maggioranza delle quali è peraltro riferita a rapporti di lavoro già chiusi, 5 riguardano posizioni dirigenziali, mentre 5 riguardano posizioni relative a quadri o impiegati. Le tipologie di controversie pendenti in contenzioso sono riconducibili a motivazioni di varia natura: ad esempio, a pretese concernenti l'apposizione del termine per contratti a tempo determinato, oppure alle modalità di cessazione del rapporto di lavoro, oppure a profili di gestione del rapporto di lavoro.

In particolare, 9 su 10 posizioni sono state attivate ad iniziativa del dipendente e la Società, dovendo resistere ai ricorsi giudiziari, ha sempre valutato l'opportunità di una soluzione conciliativa delle controversie a fronte, tuttavia, di una coerente e fondata difesa delle ragioni aziendali.

L'entità dell'importo richiesto dalle controparti è pari complessivamente a 1,6 milioni di euro, di cui 800.000 euro riferiti ad una sola posizione.

6. LA FORMAZIONE 2011 IN CIFRE

L'attività svolta a livello di Banca Generali nel campo della formazione nel 2011 si può riassumere in oltre 20.000 ore di formazione, complessivamente erogate con un coinvolgimento di quasi l'85% del personale dipendente.

NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER LIVELLO DI LAVORATORI		
	2011	2010
DIRIGENTI	8,56	11,01
QUADRI DIRETTIVI	25,48	19,79
IMPIEGATI	21,57	19,26
FORZA VENDITA DIPENDENTE	94,40	26,25

NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER GENERE*	
	2011
FEMMINE	22,0
MASCHI	33,4

* Nel 2010 questo dato non era richiesto

	2011	2010
SPESA MEDIA ANNUA PER COLLABORATORE	1114,92	776,69*
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER COLLABORATORE	27,37	19,10
INVESTIMENTI IN FORMAZIONE/RETRIBUZIONI	1,34%	0,90%
COSTO MEDIO ORARIO DELLA FORMAZIONE (EURO)	40,74	15,95

* A causa dell'adozione di nuovi criteri di calcolo i dati 2011 risultano sensibilmente più alti rispetto a quelli dell'anno precedente. A criteri omogenei i valori 2010 sarebbero stati pari a: Spesa media 1093,76; Ore medie 19,47; Investimenti/retribuzioni 1,91%; Corso medio orario 56,18

Banca Generali considera l'apprendimento, la formazione e lo scambio di conoscenze fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi strategici focalizzati sulla creazione di valore per tutti gli stakeholder. In particolare il continuo aggiornamento professionale consente di dare un'attenzione al cliente qualitativamente eccellente, in linea con gli alti standard di servizio che la banca si è data.

Per questo motivo, Banca Generali progetta e sviluppa, in proprio o grazie alla consulenza di Generali Group Innovation Academy (GGIA) e di società esterne di formazione, programmi formativi appositamente studiati per sostenere le specificità del business creditizio con progetti rivolti sia ai dipendenti sia alla rete di vendita dipendente (Relationship Manager).

Oltre ai corsi di formazione sviluppati internamente, una buona parte dell'attività formativa, allineata alle strategie del Gruppo Generali, è erogata attraverso i corsi a catalogo gestiti da GGIA. Questi corsi possono ricondursi alle seguenti aree: Manageriale e Internazionale, Competenze Fondamentali (corsi di sviluppo delle competenze di base rivolti agli impiegati), Istituzionale (corsi di *induction*), Informatica, Linguistica, Normativa, Tecnica.

I principali programmi sviluppati o proseguiti nel 2011 sono stati: **Affiancamenti Sede-Rete; E-mail, le nostre 7 regole; Formazione Normativa; Formazione sulla Sicurezza; Formazione Professionale per Relationship Manager.**

Affiancamenti Sede-Rete – pensato per avvicinare il mondo dei promotori finanziari a quello dei colleghi delle sedi centrali di Milano e Trieste.

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. Attraverso la piattaforma e-learning Simulware gestita da GGIA sono state erogate oltre 660 ore di formazione sulle normative obbligatorie quali il D.Lgs 196/2003 (Privacy), il D.Lgs 231/2007 (Antiriciclaggio) e la Trasparenza bancaria. Un particolare intervento formativo, rivolto a figure chiave, è stato poi dedicato agli aggiornamenti relativi alla normativa sul Conflitto d'Interessi.

Uno spaccato merita la formazione dedicata al D.Lgs 231/2001 sulla Responsabilità amministrativa delle aziende e sulle politiche anticorruzione. Nel corso degli scorsi anni la quasi totalità dei dipendenti ha fruito del corso on-line. Pertanto nel 2011 sono stati formati solamente i dipendenti assunti nel corso dell'anno o che non avevano fruito del corso in precedenza.

Formazione sulla Sicurezza - come già anticipato al punto 4. "Salute e sicurezza nell'ambiente di lavoro", nel 2011 il Gruppo Bancario ha molto investito nella formazione sulla sicurezza. In totale, tra corsi on-line e in aula, sono state erogate oltre 1800 ore di formazione. In particolare tutti i dipendenti hanno ricevuto specifica formazione, attraverso un corso in e-learning, sull'utilizzo dei videotermini.

Formazione Professionale per i Relationship Manager - Oltre 4000 ore di formazione specialistica sono state erogate alla rete dei Relationship Manager. Tra gli altri corsi, particolarmente significati sono stati quelli sulla Finanza Comportamentale e sulla Pianificazione Finanziaria e Fiscale, oltre ad un percorso di sviluppo manageriale rivolto ai responsabili dei team di vendita.

7. COINVOLGIMENTO DEI COLLABORATORI

In 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.

Per il dialogo e la comunicazione interna con tutti i dipendenti del Gruppo si utilizzano i canali informativi dedicati, quali il Portale HR, il Bollettino.com e le newsletter, che raccolgono e diffondono le notizie su eventi, progetti e note organizzative di Banca Generali e di tutte le altre compagnie del Gruppo Assicurativo. Oltre a questi strumenti elettronici tutti i dipendenti, su richiesta, ricevono "Il Bollettino" l'house organ del Gruppo Generali.

Indagini e altre forme di dialogo

Banca Generali dedica attenzione ai propri collaboratori, partecipando attivamente alle iniziative di rilevazione del clima aziendale promosse periodicamente dal Gruppo Generali. Obiettivo di queste indagini è quello di misurare l'efficacia delle iniziative di cambiamento realizzate ed individuare nuove aree di miglioramento. Nel 2011 tutti i collaboratori assunti a tempo indeterminato sono stati coinvolti nella terza edizione dell'indagine di clima "Ascoltiamoci", un momento particolarmente significativo di ascolto del clima aziendale. Dai risultati emersi vengono elaborate le nuove linee guida per favorire il consolidamento delle pratiche volte al benessere organizzativo.

Oltre il 75% dei dipendenti (con una flessione rispetto all'82% della precedente rilevazione) ha partecipato all'indagine "Ascoltiamoci" che era a carattere volontario e le cui risposte erano naturalmente anonime.

La survey approfondiva otto aree di indagine suddivise in 3 macro-dimensioni: Contenuto del lavoro (Sviluppo della professionalità, Responsabilità nell'esercizio del ruolo professionale); Rapporti interpersonali (Qualità delle relazioni con il proprio responsabile, Qualità delle relazioni con i colleghi del proprio team e di altre unità); Organizzazione (Riconoscimento del proprio merito e

impegno, Qualità della vita lavorativa, Riconoscersi nelle scelte del management, Sentirsi parte dell'azienda/Gruppo).

Dalle risposte si riconferma come dato particolarmente positivo l'orgoglio di lavorare nel Gruppo Generali (75% di assenso rispetto al 70% precedente) e nel Gruppo Banca Generali. Inoltre si registra una significativa soddisfazione nella gestione dei carichi di lavoro (71% sul 44% precedente) e nel bilanciamento lavoro/vita privata (*work life balance*) (60% su 44%). In assoluto l'indice complessivo di soddisfazione si attesta al 56%, in linea con quello rilevato in tutto il Gruppo Generali.

Anche per quanto riguarda i principali programmi formativi sviluppati da Banca Generali, è prassi ormai consolidata che la progettazione sia sempre supportata da focus group con i destinatari dei corsi. In questi momenti di ascolto i formatori individuano i principali punti di miglioramento sui quali concentrarsi e tarano gli obiettivi finali da raggiungere.

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

L'attività di Banca Generali nei confronti dei propri azionisti, privati ed istituzionali, si conferma ispirata a tre linee guida fondamentali: innanzitutto l'impegno a **creare valore per gli azionisti indipendentemente dal contesto di mercato**. Questo concretamente significa perseguire un modello di business improntato alla crescita della professionalità interna, alla costante innovazione di prodotto e, non da ultima, alla sostenibilità delle voci di ricavo.

La seconda linea guida ispiratrice è costituita dall'impegno alla remunerazione del capitale dei nostri azionisti, che si è concretizzato in questi anni nella

distribuzione di una consistente porzione di utili (mediamente l'80%) in dividendi, conquistando una presenza stabile ai vertici delle classifiche dei titoli ad alto rendimento del mercato italiano.

Infine, la terza linea ispiratrice è data dal nostro impegno a garantire una **comunicazione trasparente e tempestiva** nei confronti della comunità finanziaria, in merito alla dinamica dei risultati economico-finanziari e all'andamento delle attività. Allo scopo è dedicato il servizio di Investor Relations che vuole essere una finestra di dialogo continuo con la comunità finanziaria e gli azionisti. (www.bancagenerali.com).

2. L'AZIONARIATO

Al 31 dicembre 2011 il capitale sociale di Banca Generali risultava costituito da 111.676.183 azioni ordinarie, con un valore nominale di un euro. Nel corso dell'esercizio sono state emesse 313.433 nuove azioni a seguito dell'esercizio delle opzioni relative ai piani di *stock option* riservati ai Promotori Finanziari.

TABELLA 1 - CAPITALE SOCIALE DELIBERATO AL 31.12.2011

	2011	2010	2008	2008
Numero azioni emesse	111.676.183	111.362.750	111.313.176	111.313.176
N. azioni in circolazione a fine anno*	111.646.112	111.292.679	110.853.509	110.538.030
Azioni proprie	30.071	70.071	459.667	775.146

*al netto delle azioni proprie

Nel corso del 2011 la presenza di azionisti istituzionali nel flottante della banca è risultata in sensibile crescita, attestandosi al 65% del totale rispetto al 42% del 2010. Tra gli investitori istituzionali nel 2011 è significativamente aumentata la presenza internazionale, che è infatti salita all'81% del totale rispetto al 72% registrato nel 2010 (vedi tabella 2).

TABELLA 2 - RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEGLI INVESTITORI ISTITUZIONALI DI BANCA GENERALI

	2011	2010
Italia	19%	28%
Estero	81%	72%
- di cui UK	31%	31%
- di cui USA	20%	10%
- di cui Europa (ex UK e Francia)	14%	16%
- di cui Francia	13%	12%
- di cui Resto del mondo	3%	3%

* Alla data del pagamento del dividendo (maggio 2011)

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

Le azioni Banca Generali sono state quotate alla Borsa Italia (ora LSE Group) nel 2006 al prezzo unitario di 8 euro. Il primo giorno di negoziazione fu il 15 novembre 2006.

L'anno 2011 si è caratterizzato per una elevata volatilità sui mercati finanziari internazionali e in particolare la seconda parte dell'esercizio è stata segnata dalle incertezze legate alla crisi del debito sovrano in Europa,

situazione che ha messo particolarmente sotto pressione l'Italia, sia sul fronte dei mercati obbligazionari che azionari. Come mostra la tabella 3, gli indici del mercato azionario italiano sono scesi in misura importante (FTSE MIB -25,2% e FTSE Mid-Cap -26,6%) e il settore bancario italiano è stato particolarmente colpito (FTSE Italia All Share Banks -45,1% nell'anno). Anche i mercati europei ed internazionali sono stati duramente segnati, con la sola eccezione del mercato nord americano.

TABELLA 3 - ANDAMENTO DEI PRINCIPALI INDICI DI BORSA

(var. %, a/a)	2011	2010	2009	2008
Banca Generali	-20,5%	7,1%	201,6%	41,0%
FTSE MIB	-25,2%	-13,2%	19,5%	-49,5%
FTSE Italia Mid Cap	-26,6%	-2,9%	23,6%	-48,6%
FTSE Italia Banks (All Shr)	-45,1%	-31,1%	27,1%	nd
DJ EuroStoxx 600	-11,3%	8,6%	28,0%	-45,6%
DJ EuroStoxx 600 Banks	-32,5%	-11,6%	46,9%	-64,4%
MSCI World	-4,5%	17,2%	23,0%	-39,1%
S&P 500 (USA)	2,3%	20,7%	15,0%	-37,2%
DAX 50 (Germania)	-14,7%	16,1%	23,9%	-40,4%
CAC 40 (Francia)	-17,0%	-3,3%	22,3%	-42,5%
CSI 300 (Cina)	-22,0%	-2,6%	81,2%	-61,7%
IBOV (Brasile)	-26,1%	11,3%	102,4%	-53,4%

Le azioni Banca Generali hanno risentito della contrastata situazione di mercato e infatti, dopo un brillante avvio d'anno che le aveva portate a toccare un massimo di €11,56 per azione il 13 maggio (con un rialzo del 28% da inizio anno), hanno successivamente ritracciato sotto il peso della crisi del debito sovrano europeo fino a toccare un minimo di €6,265 per azione il 12 settembre.

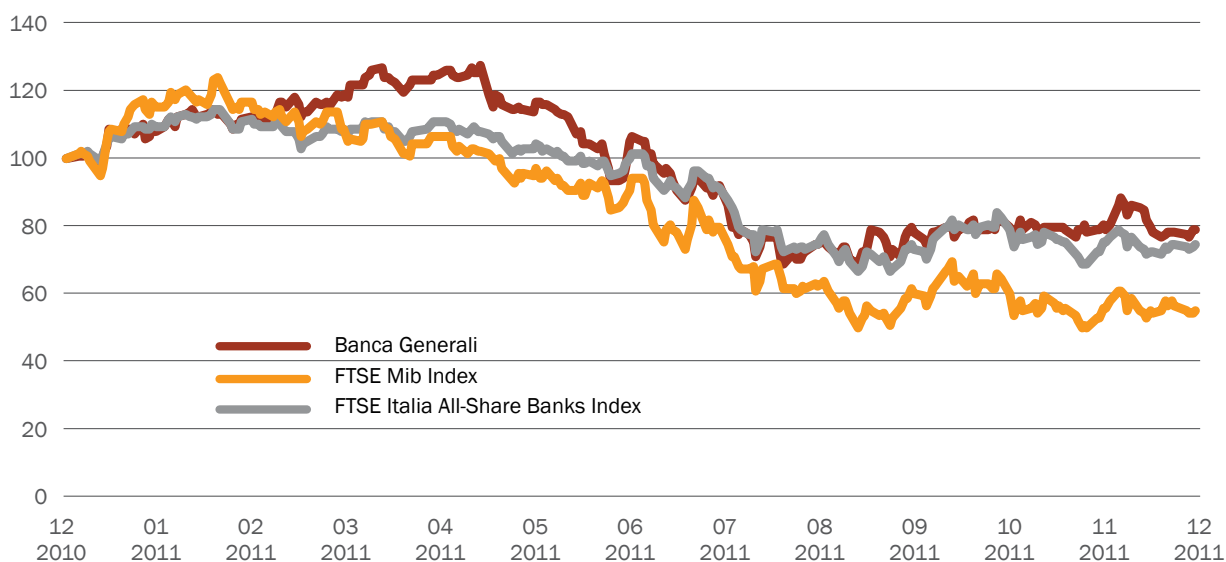
Il prezzo di chiusura di fine anno è stato pari a €7,20, segnando una performance negativa del 20,5% rispetto all'inizio dell'anno (vedi tabella 4). A fine 2011 la capitalizzazione complessiva di Banca Generali risultava pari a 804 milioni di euro (vs. €1.009 milioni a fine 2010).

TABELLA 4 - RIEPILOGO QUOTAZIONI DEL TITOLO BANCA GENERALI

Prezzo ufficiale (euro)	2011/10	2011	2010	2009	2008
massimo	19,8%	11,560	9,650	8,738	6,780
minimo	-7,9%	6,265	6,800	2,070	2,777
medio	5,3%	8,798	8,359	7,400	4,652
fine periodo	-20,5%	7,200	9,060	8,456	2,777
Capitalizzazione (€m)	-20,3%	804	1,009	941	312

E' importante sottolineare che nel 2011, la performance delle azioni Banca Generali (-20,5%) è risultata migliore rispetto a quella del mercato italiano (FTSE MIB -25,2%) e a quella dell'indice di riferimento del settore bancario italiano (-45,1%) come evidenziato nel grafico 1. Questo andamento riflette il profilo più difensivo del suo modello di business e la maggiore sostenibilità dei suoi ricavi.

GRAFICO 1 - LA PERFORMANCE DI BANCA GENERALI NEL 2011 RISPETTO AL FTSE MIB E ALL'INDICE SETTORIALE



Sulla base degli utili realizzati nel 2011, è stata approvata la distribuzione di un dividendo pari a 55 centesimi per azione, in linea con l'esercizio precedente. Il monte dividendi è stato pari a 61,4 milioni di euro (61,3 milioni di euro nel 2010). Il rendimento implicito dell'azione (dividend yield) è stato pari al 5,7%, sulla base del prezzo alla vigilia della presentazione della proposta di dividendo al CDA (13 marzo 2012).

TABELLA 5 - DIVIDENDI EROGATI

(euro)	2011	2010	2009	2008
Dividendi erogati (€m)	61,4	61,3	49,9	6,6
Pay-out Ratio ⁽¹⁾	84%	75%	80%	84%
Dividendo unitario per azione (€)	0,55	0,55	0,45	0,06
Dividend Yield ⁽²⁾	5,7%	5,2%	5,9%	2,6%
Dividend Yield ⁽³⁾	6,3%	6,6%	6,1%	1,3%

fonte: dati societari, Bloomberg

(1) dividendi erogati/utile d'esercizio

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

(3) dividendo unitario/prezzo medio

4. L'ATTIVITÀ DI INVESTOR RELATIONS

L'attività di Investor Relations si pone l'obiettivo di mantenere un costante dialogo con la comunità finanziaria e in particolare con azionisti, investitori istituzionali e analisti finanziari, allo scopo di fornire loro una corretta informazione in merito a strategie aziendali, andamento gestionale e risultati finanziari della Banca. Allo scopo viene organizzata su base trimestrale una *conference call* per gli investitori istituzionali e per gli analisti in cui il top management illustra i risultati trimestrali e aggiorna in merito all'andamento delle attività.

Il vertice aziendale della Banca nel corso del 2011 ha

partecipato a 10 *roadshow* presso investitori istituzionali nelle principali piazze finanziarie internazionali (Londra, Parigi, New York) e a 4 conferenze di settore organizzate da primari broker italiani ed internazionali. Banca Generali ha ospitato regolarmente presso la propria sede incontri con investitori istituzionali e analisti finanziari.

Complessivamente nel corso del 2011 la banca ha effettuato 158 incontri con investitori istituzionali e analisti BUY-SIDE, facenti capo a 94 primarie case d'investimento nazionali e internazionali, con un sensibile progresso rispetto all'esercizio precedente.

TABELLA 6 - ATTIVITÀ DI MARKETING CON GLI INVESTITORI ISTITUZIONALI

	2011	2010	2009	2008
Presentazioni	8	5	9	12
Presentazioni istituzionali (Analyst Meetings)	4	4	4	4
Presentazioni a conference settoriali (Broker Sector Conference)	4	1	5	8
Road Shows	10	9	10	
di cui: Italia	2	4	4	
di cui: Estero	8	5	6	
N° incontri effettuati	158	109	113	84
Numero case d'investimento/analisi incontrate	94	83	78	62
Numero investitori incontrati	213	140	139	89
Copertura Brokers				
Numero analisti buy-side che coprono il titolo BG	11	10	10	10
Numero report e note giornaliere pubblicate	116	85	108	85

A fine 2011, si contavano 11 coperture ufficiali del titolo Banca Generali da parte di primarie case di brokeraggio italiane ed estere (Banca Akros, Centrobanca, Chevreux, Deutsche Bank, Equita, Goldman Sachs,

HSBC, Intermonte, Kepler, Mainfirst, Mediobanca). La raccomandazione prevalente è BUY (73% delle coperture), seguita da HOLD (18% delle coperture) ed infine una sola raccomandazione negativa (9% del totale).



Relazione
sociale

Fornitori



1. POLITICHE D'ACQUISTO

Banca Generali nel corso del 2011 ha intrattenuto rapporti con 1.484 fornitori per un fatturato di quasi 100 milioni di euro. Rispetto al 2010 si riscontra una contrazione del 2,18% del numero di fornitori attivi, la spesa complessiva sostenuta, invece, rispetto al 2010, ha registrato un aumento di circa il 31%.

NUMERO FORNITORI		SPESA PER FORNITORI (*)	
2011	2010	2011	2010
1.484	1.517	99.949	76.412

(*) spesa in migliaia di euro

Banca Generali, pur mantenendo una politica di acquisto autonoma, adotta comportamenti in linea con il Codice Etico del Gruppo Generali, nel quale si enuncia l'impegno, nei rapporti con i partner contrattuali, ad attenersi ai principi di correttezza, imparzialità e trasparenza e a utilizzare, nella scelta dei fornitori, esclusivamente criteri legati alla competitività e qualità dei servizi e dei prodotti offerti.

Il Codice Etico di Gruppo Generali prevede che nella scelta dei fornitori si consideri anche la rispondenza dei comportamenti del partner contrattuale ai principi etici del Codice stesso.

Nel corso del 2011, il Gruppo Generali ha altresì adottato il Codice Etico per i fornitori.

PRATICHE D'ACQUISTO

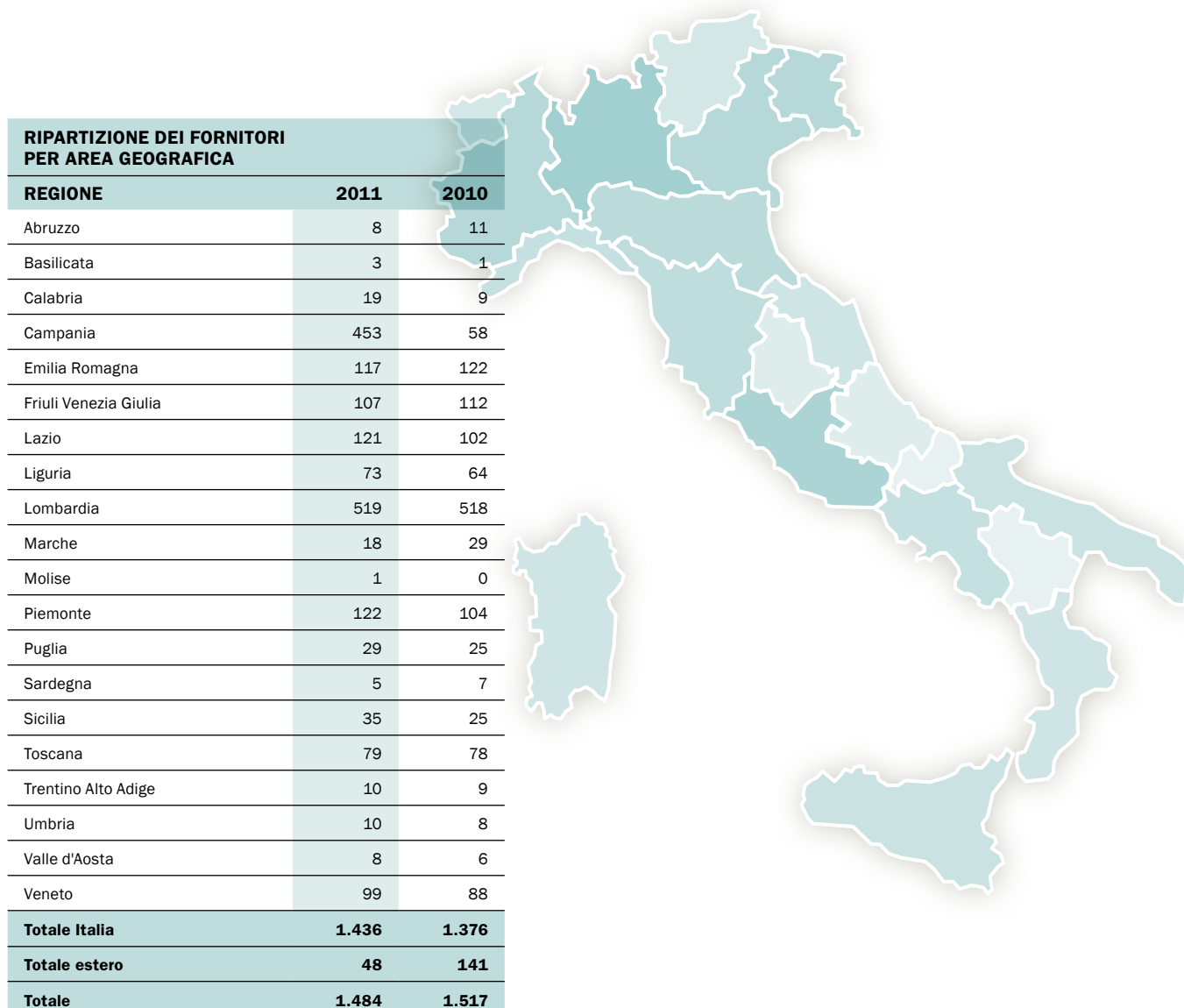
Banca Generali ha disciplinato in apposita circolare "Gestione Approvvigionamenti" le procedure che disciplinano il proprio processo degli acquisti.

Nella selezione dei fornitori Banca Generali privilegia i fornitori nazionali, e in particolare le imprese in grado di fornire beni e/o servizi in tutto il territorio nazionale.

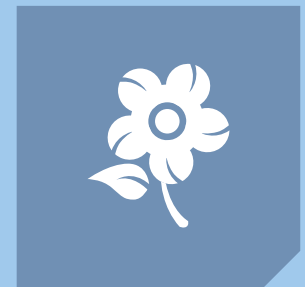
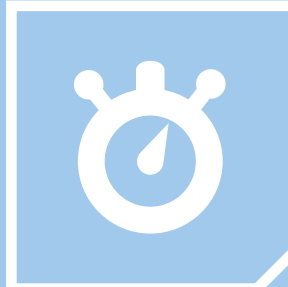
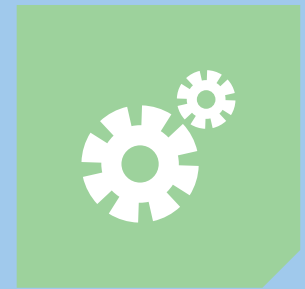
In alcuni casi i criteri utilizzati nelle scelte di fornitura riflettono una particolare attenzione per l'ambiente attraverso acquisti di *green procurement* (es. carta certificata) o acquisti/servizi a chilometro zero.

La spesa 2011 per fornitori nazionali è stata pari a 96,9 milioni di euro (96,95% del totale), mentre la spesa per fornitori esteri si è limitata a 3,04 milioni di euro (3,05% del totale).

Questa politica si riflette positivamente anche nel tessuto socio-economico delle comunità in cui le società del Gruppo sono insediate, creando occupazione e promuovendone la crescita economica.



La selezione del fornitore ricade sul Responsabile competente per materia, di concerto con il Servizio Acquisti e Logistica, e i relativi acquisti vengono effettuati sia attraverso apposite società di servizi del Gruppo Generali che con fornitori appositamente individuati secondo i principi sopra esposti.



Relazione
sociale

Comunità



1. RAPPORTI CON LA COMUNITÀ

Tra i valori fondamentali di Banca Generali, lo sviluppo di politiche a sostegno delle comunità con cui interagisce e l'investimento sulla loro crescita acquistano un ruolo sempre più importante nel modello di business.

Eventi, sponsorizzazioni, donazioni, campagne, collaborazioni con enti ed associazioni, affiancate alle numerose iniziative di marketing locale proposte ed organizzate dalla Rete, sono considerati canali privilegiati di comunicazione dei valori dell'Azienda, che riconosce tra le sue priorità la valorizzazione delle risorse locali e territoriali.

Il Trade Marketing è l'ufficio che si occupa dello sviluppo e dell'organizzazione delle iniziative, interfacciandosi con tutte le divisioni e funzioni aziendali, con l'obiettivo di rendere omogenei i processi di intervento nei confronti della comunità.

Le aree di intervento verso le quali Banca Generali orienta la propria attività sono:

- **Area sociale:** include tutte le iniziative volte a valorizzare e migliorare la società in tutti i suoi aspetti. Particolare attenzione viene rivolta alle persone in difficoltà, ma notevole è anche l'interesse mirato a sensibilizzare la comunità e a sostenere ricerca e formazione in ambito scolastico.
- **Area culturale:** riguarda tutte le attività volte alla valorizzazione del patrimonio artistico, con l'obiettivo di migliorarne la fruizione da parte dei cittadini.
- **Area sport:** comprende le attività che si legano al mondo dello sport sia professionistico che amatoriale e giovanile, quali veicolo eccellente di sani principi e valori fondamentali.
- **Area volontariato:** comprende tutte le attività che il personale della Banca intraprende a favore della collettività. Tali iniziative si concretizzano sia in raccolta di fondi, sia nell'adesione ad attività di volontariato con lo scopo di prestare il proprio aiuto in favore di persone meno fortunate.

Di rilievo è stato il supporto garantito da Banca Generali alla IX Edizione di Bergamo Scienza, manifestazione della durata di una settimana che ha come scopo la divulgazione di temi scientifici al grande pubblico e che si è conclusa con il concerto del maestro Dino Saluzzi presso il Teatro Donizetti di Bergamo.

La Banca, inoltre, per il secondo anno si è fatta portatrice dei valori positivi dello sport, sostenendo l'iniziativa itinerante "Banca Generali un Campione per Amico", che ha visto circa 10.000 bambini giocare in 9 delle principali piazze italiane con 4 grandi campioni di tutti i tempi: Adriano Panatta, Jury Chechi, Andrea Lucchetta e Ciccio Graziani. Nel corso degli appuntamenti, i bambini hanno approcciato, al fianco degli atleti, sport come il calcio, il tennis, la pallavolo e la ginnastica. La manifestazione, oltre ad una valenza ludico-sportiva, ha permesso di far avvicinare i bambini coinvolti ai valori fondamentali dello sport quali integrazione, determinazione e rispetto.

Sempre in ambito sportivo, Banca Generali ha garantito il proprio supporto alla giovane atleta olimpica Federica Brignone, attraverso la sponsorizzazione per la stagione invernale della Coppa del Mondo di Sci e ha sostenuto la 17esima tappa del Tour de France che, in occasione della 98esima edizione, ha toccato la città di Pinerolo in omaggio ai 150 anni dell'Unità d'Italia.

Il legame tra Banca Generali e le Onlus, infine, si è consolidato grazie alla solidarietà dei dipendenti e della rete che hanno contribuito alla raccolta fondi destinati alle associazioni, dedicando parte della loro giornata lavorativa all'iniziativa. In tale contesto si inserisce la vendita natalizia delle Tisane Aboca in favore di AISM - Associazione Italiana Sclerosi Multipla - che ha permesso di raccogliere contributi interamente destinati alla Onlus nel corso delle 20 ore che i dipendenti hanno dedicato all'attività di beneficenza.





Relazione
sociale

Ambiente



1. POLITICA AMBIENTALE

Come enunciato nel Codice Etico e nella Politica Ambientale di Gruppo, la salvaguardia dell'ambiente come bene primario rientra tra i valori guida del Gruppo Generali, che si impegna a orientare le proprie scelte in modo da garantire la compatibilità tra iniziativa economica ed esigenze ambientali.

Banca Generali, parte del Gruppo Generali, è consapevole del fatto che la conduzione delle proprie attività in contesti socialmente, ambientalmente e culturalmente anche molto diversi, 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 recepito il Codice Etico del Gruppo Generali che tra i vari temi trattati definisce una priorità la tutela dell'ambiente.

Banca Generali è impegnata in un progetto finalizzato all'introduzione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) con l'obiettivo di gestire gli aspetti ambientali più significativi, dando attuazione alla Politica Ambientale, nel rispetto dei requisiti della norma ISO 14001 e delle linee guida indicate dal Gruppo Generali.

Nell'ambito del SGA è stata definita la Politica Ambientale del Gruppo Generali, che ribadisce l'impegno di Generali nella 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 assicurative e finanziarie del Gruppo, sia agli impatti indiretti, collegati alle attività di approvvigionamento, di progettazione e distribuzione di prodotti assicurativi e finanziari e all'attività istituzionale di investimento.

Per identificare gli impatti rilevanti dell'attività aziendale sull'ambiente è stata condotta un'analisi ambientale sulle principali Sedi di Milano, via Ugo Bassi 6 e di Trieste, Corso Cavour 5/a.

Tali immobili rappresentano la sede di lavoro di 539 dipendenti per una copertura pari al 73% in termini di organico di Banca Generali.

Allo scopo di attuare e mantenere attivi gli obiettivi contenuti nella Politica Ambientale, anche Banca Generali si è allineata agli obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale. I valori iniziali di Banca Generali, cui fanno riferimento i target fissati, sono quelli rilevati al 31.12.2010. Nella tabella sottostante è disponibile una sintesi riguardante gli obiettivi e i target di Gruppo relativi agli impatti ambientali diretti. A tal proposito si evidenzia che, rispetto a quanto pubblicato lo scorso anno, l'obiettivo delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) è stato ampliato, includendo nella determinazione anche le emissioni prodotte da combustibili per il riscaldamento, dal consumo di energia elettrica e teleriscaldamento, oltre che dalla mobilità aziendale, in modo da coprire più aspetti ambientali.

Obiettivi e target di Gruppo per il miglioramento ambientale

ASPETTI AMBIENTALI DIRETTI	OBIETTIVO	TARGET/TEMPISTICA	INDICATORE
Energia	Ottimizzazione dei consumi di energia elettrica	Riduzione dei consumi di energia elettrica pro capite del 5% entro il 2012	Consumo annuo di energia elettrica pro capite
Carta	Ottimizzazione dei consumi di carta	Riduzione del consumo totale di carta del 5% entro il 2012	Consumo annuo totale di carta
Acqua	Ottimizzazione del consumo di acqua	Riduzione del consumo di acqua pro capite del 5% entro il 2012	Consumo annuo di acqua pro capite
Rifiuti	Ottimizzazione della gestione dei rifiuti	Incremento della quota di rifiuti raccolti con modalità differenziata del 10% entro il 2012	% rifiuti raccolti con modalità differenziata su totale rifiuti
Emissioni gas ad effetto serra	Riduzione delle emissioni in atmosfera da SCOPE1 e SCOPE2	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra da SCOPE1 (combustibili per il riscaldamento e chilometri percorsi dalla flotta aziendale) e SCOPE2 (energia elettrica e teleriscaldamento) del 10% entro il 2012	Emissioni annue di CO ₂ e da SCOPE1 e SCOPE2

Il Gruppo, inoltre, si è impegnato a introdurre quote crescenti di energia proveniente da fonti rinnovabili e di carta ecologica.

ASPETTI AMBIENTALI INDIRETTI	OBIETTIVO	TARGET	INDICATORE
Ecologia di approvvigionamento	Coinvolgimento dei fornitori nella tutela dell'ambiente	Introduzione della variabile ambientale nella valutazione dei fornitori	n. 2 fornitori con politiche e/o certificazioni ambientali
Ecologia di prodotto	Promozione della sostenibilità delle scelte di acquisto e di investimento da parte dei clienti	Ampliamento e valorizzazione della gamma prodotti/servizi assicurativi e finanziari "verdi"	n. 15.000 sottoscrizioni da parte dei Clienti su 2 prodotti con valenza ambientale
Ecologia di investimento	Promozione di comportamenti ecosostenibili nelle società emittenti	Esclusione investimenti non eco sostenibili secondo le linee guida etiche del Gruppo	Nessun investimento non ecosostenibile effettuato
Sensibilizzazione ambientale della comunità	Aumento della sensibilizzazione ambientale della comunità	Supporto a iniziative eco sostenibili	Erogati 221.560 € di finanziamenti con valenza ambientale

Per ulteriori approfondimento sul Sistema di Gestione Ambientale (SGA) si può accedere al seguente indirizzo web:
<http://www.generali.com/generalicom/sezione.do?idItem=142301&idSezione=142300>

2. TUTELA DELL'AMBIENTE

Impatti ambientali diretti

Energia

Nel 2011 le sedi di Banca Generali incluse nel SGA hanno consumato complessivamente 13,15 Tera Joule (TJ) di energia con una riduzione del 2,6% rispetto all'anno precedente. Anche il consumo pro capite ha confermato tale andamento registrando un calo più vistoso pari al 4,6%.

Consumo Tera Joule - Consumo pro-capite

CONSUMO		VARIAZIONE	CONSUMO PRO CAPITE)		VARIAZIONE
2011	2010	2011/2010	2011	2010	2011/2010
13,15	13,51	-2,6%	0,024	0,025	-4,6%

Il 56% dei consumi è rappresentato dal consumo diretto di energia da gas naturale, utilizzato per riscaldare gli ambienti di lavoro mentre il restante 44% è costituito dal consumo di energia elettrica. I consumi in termini pro capite calcolati come rapporto tra il consumo complessivo e il numero totale di dipendenti che lavorano nelle sedi monitorate nel SGA, sono stati pari a 0,024 Tera-joule (TJ).

Al momento, Banca Generali non produce autonomamente energia, che viene dunque acquistata dai fornitori o direttamente dai produttori.

L'energia elettrica è utilizzata principalmente per l'illuminazione, il funzionamento dei macchinari e il condizionamento.

Consumo Energia Elettrica

		2011	2010	VARIAZIONE %
Consumo totale di energia elettrica	kilowatt ora	1.597.893,30	1.611.922,20	-0,87%
Consumo di energia elettrica pro capite	kilowatt ora	2.964,55	2.930,77	1,15%
Consumo totale di energia elettrica da fonti rinnovabili	kilowatt ora	562.458,44	567.396,61	-0,87%
Consumo totale di energia elettrica da fonti non rinnovabili	kilowatt ora	1.035.434,86	1.044.525,59	-0,87%

Il consumo di energia elettrica per le sedi incluse nel SGA nel corso del 2011 ha registrato un contenimento dei valori dello 0,87% che in termini assoluti rappresentano una riduzione di 14.029 kilowatt ora. Circa 562.000 kilowatt ora provengono da fonti rinnovabili (utilizzata percentuale media nazionale). La fonte della percentuale media nazionale di rinnovabile è il Gestore Servizi Energetici.

Per quanto riguarda il consumo di energia termica, nel 2011 presso le sedi monitorate nel SGA, sono stati consumati 189.643 metri cubi di gas naturale. Rispetto

all'anno precedente si è registrata una contrazione dei consumi di gas naturale del 3,98%. Per il riscaldamento delle sedi in questione non è utilizzato nessun altro combustibile come ad esempio il gasolio che è più inquinante.

Si evidenzia come la Sede di Trieste, utilizzi la fonte di gas naturale anche per il necessario raffrescamento estivo (c.d. sistema a travi fredde).

Consumo Gas Naturale

		2011	2010	VARIAZIONE %
Consumo di gas naturale (metano)	metri cubi	189.642,75	197.511,40	-3,98%
Consumo di gas naturale pro capite	metri cubi	351,84	359,11	-2,02%

Il contenimento del consumo di gas naturale che si è registrato nel corso del 2011 rispetto all'anno precedente è dovuto principalmente a due fattori: le favorevoli condizioni meteorologiche e l'ulteriore taratura delle fasce orarie di attivazione degli impianti.

Gestione degli edifici e delle strutture aziendali

Banca Generali non dispone di immobili di proprietà. Le sedi monitorate nel SGA sono di proprietà del Gruppo Generali e sulle stesse è attivo un contratto di Facility Management fornito da Generali Real Estate S.p.A. del Gruppo Generali.

Principali azioni intraprese per il miglioramento energetico

- Presenza di dispositivi per accensione/spegnimento automatico dei corpi illuminanti;
- Presenza di dispositivi per accensione/spegnimento/controllo automatici degli impianti di climatizzazione.

Consumo di carta

		2011	2010	VARIAZIONE %
Consumo totale di carta (carta bianca+carta stampata)	quintali	369,07	363,40	1,56%
Consumo di carta bianca	quintali	229,64	232,00	-1,02%
Consumo di carta bianca ecologica ECF/TCF che certificata FSC/PEFC	quintali	229,64	232,00	-1,02%
Consumo di carta stampata	quintali	139,43	131,40	6,11%

Nel 2011 sono stati consumati complessivamente 369 quintali di carta (+1,56%) rispetto al 2010. I consumi totali comprendono circa 230 quintali di carta bianca e 139 quintali di carta stampata, cioè di carta acquistata dai fornitori per la stampa di documenti contrattuali, materiali pubblicitari, bilanci, ecc. Nella determinazione dei consumi sono stati considerati i consumi complessivi rettificati per la rappresentatività aziendale fornita dallo SGA (73%) per la carta bianca, mentre per quanto riguarda il consumo di carta stampata la percentuale di rappresentatività è stata ridotta al 60% in quanto la destinazione degli stampati si concentra sulle strutture commerciali periferiche.

La carta bianca e stampata utilizzata da Banca Generali è solo di tipo ecologico e certificata FSC – *Forest Stewardship Council*, cioè proveniente da foreste gestite in modo sostenibile.

Nel 2011, le società di Banca Generali hanno acquistato 18 quintali di toner, di cui circa il 2% del tipo "compatibile/green".

Banca Generali utilizza lo stesso catalogo con prodotti "green" messo a disposizione dagli Acquisti di Gruppo Generali che, oltre ai suddetti toner, comprende anche cancelleria a basso impatto ambientale.

Principali azioni intraprese per il miglioramento della gestione della carta

- Sostituzione di stampanti individuali, fotocopiatrici e fax con apparecchiature multifunzione o con stampanti centralizzate per ufficio/piano;
- Utilizzo di carta ecologica a bassa grammatura;
- Ove possibile archiviazione elettronica;
- Contenimento dei moduli prestampati per stampa documentazione contrattuale solo all'effettiva necessità;
- Ricorso a sistemi alternativi al cartaceo per le comunicazioni tra società, filiali, uffici e Agenzie. La rete di vendita della banca acquisisce informazioni commerciali e sui clienti accedendo on line al portale dedicato;
- Per la trasmissione delle comunicazioni cartacee tra uffici e sedi della banca si utilizza un contenitore riutilizzabile per più di 30 volte.

Consumo di Acqua

		2011	2010	VARIAZIONE %
Consumo totale di acqua	metri cubi	10.533,30	11.927,80	-11,7%
Consumo di acqua pro capite	metri cubi	19,54	21,69	-9,9%
di cui proveniente da condotto comunale/statale	metri cubi	10.533,30	11.927,80	-11,7%

Rispetto all'anno precedente, i consumi di acqua si sono notevolmente ridotti attestandosi sotto gli 11 mila metri cubi con un risparmio di quasi 1.400 metri cubi, pari al -11,7%.

L'acqua viene utilizzata principalmente per scopi igie-

nico-sanitari e per il funzionamento e raffreddamento di impianti di climatizzazione. La totalità dell'acqua consumata proviene da condotte comunali o statali. L'attività bancaria produce essenzialmente acque di scarico, che vengono immesse nelle fognature urbane. Banca Generali non prevede il riciclo o il riutilizzo dell'acqua.

Rifiuti

		2011	2010	VARIAZIONE %
Totale rifiuti raccolti con modalità differenziata	quintali	344,08	467,70	-26,4%
di cui carta-cartone	quintali	315,00	421,00	-25,2%
di cui plastica o alluminio	quintali	16,00	25,00	-36,0%
di cui rifiuti IT (computer, ecc.)	quintali	2,00	4,00	-50,0%
di cui cartucce toner esauste destinate allo smaltimento finale	quintali	5,34	11,00	-51,5%
di cui cartucce toner esauste destinate al riciclo	quintali	5,74	6,00	-4,3%
di cui altro (specificare)	quintali	0,00	0,70	720,0%
Totale rifiuti raccolti con modalità indifferenziata	quintali	4,90	5,00	-2,0%

Nel 2011 Banca Generali ha prodotto complessivamente 349 quintali di rifiuti, di cui 344 (99%) raccolti con modalità differenziata e 5 quintali inceneriti o portati in discarica. Vengono raccolti con modalità differenziata carta e cartone, plastica e alluminio, rifiuti IT e toner.

La parte preponderante dei rifiuti raccolti con modalità differenziata è costituita da carta e cartone (92% dei rifiuti differenziati).

I rifiuti dei toner e quelli considerati pericolosi (tubi al neon, batterie, ecc.) vengono raccolti e smaltiti separatamente in modo appropriato, secondo le normative vigenti, tramite ditte specializzate e con la tenuta dei registri e della documentazione obbligatoria.

Per quanto riguarda i rifiuti considerati pericolosi i dati non sono pubblicati in quanto vengono gestiti direttamente dal fornitore.

Emissioni di gas a effetto serra

Per le società bancarie e finanziarie le emissioni di gas a effetto serra rilasciate nell'atmosfera nello svolgimento dell'attività sono sostanzialmente riconducibili ai consumi di energia elettrica e di energia utilizzata dai sistemi di riscaldamento/condizionamento nonché alla mobilità.

		2011	2010	VARIAZIONE %
Totale chilometri percorsi su strada con autovetture, motocicli, ecc. dai dipendenti (dirigenti, impiegati, personale commerciale, ecc.) in missione	Km	625.259	864.131	-28%
di cui chilometri percorsi con mezzi gestiti direttamente dall'azienda (di proprietà, noleggio a lungo periodo, leasing operativo, ecc.)	Km	381.270	556.178	-31%

Grazie alle varie iniziative di gestione della mobilità, nell'anno si è registrata una importante flessione del 26% nei chilometri percorsi in automobile dai dipendenti in missione. Si è incentivato altresì l'utilizzo dell'auto aziendale/strumentale rispetto a quella personale in quanto i modelli della flotta aziendale sono di recente immatricolazione e quindi dal punto di vista delle emissioni di CO₂ maggiormente performanti.

		2011	2010	VARIAZIONE %
Totale chilometri in aereo effettuati dai dipendenti in missione	Km	1.007.955,4	840.268,6	20%
di cui ≤ 499 Km	Km	500.936,0	243.435,2	106%
di cui 500-3.499 Km	Km	418.943,4	404.164,8	4%
di cui ≥ 3.500 Km	Km	88.076,0	192.668,6	-54%

Per quanto riguarda le altre voci sulla *mobility* si registra invece un incremento rispetto all'anno precedente sia dei km percorsi in aereo (+20%) dovuto principalmente al ripristino del collegamento aereo Trieste/Milano (+106%), sia dei km percorsi in treno (+9%).

		2011	2010	VARIAZIONE %
Totale chilometri in treno effettuati dai dipendenti in missione	Km	1.128.930,10	1.038.486,19	9%
di cui chilometri effettuati in treno ad alta velocità	Km	561.801,28	597.129,56	-6%
di cui chilometri effettuati in treni tradizionali	Km	567.128,82	441.356,63	28%

Si evidenzia come nel corso del 2011 il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato dai dipendenti in missione, risulti essere il treno (treno 41% dei km, contro il 36% dell'aereo e il 23% dell'auto), mezzo di trasporto noto essere tra i meno inquinanti.

Principali azioni intraprese per il miglioramento della mobilità

- Adozione di *travel policy* di Gruppo Generali che privilegiano l'uso di mezzi pubblici e, tra questi, promuovono quelli meno inquinanti;
- Adozione di *car policy* di Gruppo Generali che prevedono limiti massimi di emissioni di anidride carbonica (CO₂) per le autovetture aziendali;
- Riduzione dei costi di trasporto pubblico per dipendenti: riduzione sulla città di Milano del costo degli abbonamenti annuali ai mezzi pubblici della rete milanese;
- Promozione dell'uso della bicicletta: presso le principali sedi sono presenti parcheggi per biciclette.

Anche nel 2011 sono proseguiti i processi di sviluppo dei sistemi di videoconferenza con l'obiettivo di ridurre gli spostamenti e, allo stesso tempo, di instaurare un legame visivo tra le varie sedi di Banca Generali.

In particolare nel 2011 il numero di collegamenti in videoconferenza è stato complessivamente pari a 1.151 in crescita del 69% rispetto al 2010.

Per incoraggiare una mobilità sostenibile nel tragitto casa-posto di lavoro è stata confermata anche per il 2011 la convenzione con la locale azienda dei trasporti pubblici che consente ai dipendenti di acquistare abbonamenti a prezzi scontati con agevolazioni al pagamento da parte della banca.

Il calcolo delle emissioni

Per quanto riguarda le emissioni di gas effetto serra (GHG) da consumo diretto e indiretto di energia da fonti fossili, si sono stimate le emissioni derivanti dal consumo di combustibili per il riscaldamento (gas naturale), di energia elettrica acquistata e dalla mobilità aziendale, dove per mobilità aziendale si intendono i chilometri percorsi in automobile, treno e aereo dai dipendenti in missione.

Nel 2011 le emissioni complessive di GHG, costituite da anidride carbonica (CO₂), protossido di azoto (N₂O) e di metano (CH₄), sono state pari a 1.290,8 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e), ottenute trasformando con opportuni coefficienti le quantità emesse di N₂O e CH₄. Le suddette emissioni derivano per il 48% dal consumo di energia elettrica, per il 28% da energia termica e per il 24% dalla mobilità aziendale.

Rispetto all'anno precedente si è registrato un contenimento delle emissioni pari a 76,6 tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO₂e) (-5,93%).

Di seguito sono riportate le emissioni di GHG raggruppate in tre diverse categorie (scope) adottando l'approccio del *Greenhouse Gas Protocol*.

Scope 1 – Le emissioni dirette, prodotte dagli impianti di riscaldamento e dalla flotta di auto aziendali sono state stimate pari a 436,3 tonnellate di CO₂e. È stata stimata un'emissione totale pari a 358,3 tonnellate di CO₂e a fronte di un consumo energetico derivante da 189.643 metri cubi di gas naturale. Le emissioni direttamente prodotte dalla flotta aziendale sono state stimate pari a 78 tonnellate di CO₂e.

Scope 2 – Le emissioni indirette da consumo energetico, associate all'utilizzo di energia elettrica da fonti fossili, sono state complessivamente stimate pari a 619,1 tonnellate di CO₂e e derivano essenzialmente dall'acquisto di energia elettrica per 1.597.893 di kWh.

Scope 3 – Le emissioni indirette diverse da consumo energetico, connesse alle trasferte di lavoro dei dipendenti, sono state complessivamente stimate pari a 235,4 tonnellate di CO₂e, di cui 49,9 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in autovettura, 144,9 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in aereo e 40,5 tonnellate di CO₂e relative a viaggi in treno.

2010	2011	VAR. %
Scope1 tCO₂e		
489,00	436,30	-12,08%
Scope2 tCO₂e		
642,30	619,00	-3,76%
Scope3 tCO₂e		
236,00	235,40	-0,25%
Totale Emissioni complessive di GHG (tCO₂e)		
1.367,30	1.290,70	-5,93%

Le emissioni sono state stimate adottando le linee guida del *Greenhouse Gas Protocol*, a cura del *World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* e del *World Resources Institute (WRI)*, e i fattori di emissione previsti negli strumenti di calcolo a loro completamento. Per le emissioni relative alla mobilità aziendale è stato adottato l'approccio metodologico basato sulle distanze percorse (*Distance-based Methodology*).

Iniziative per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra

Oltre alle misure già descritte nel paragrafo dedicato all'aspetto energia, volte a limitare i consumi di energia e quindi le emissioni derivanti dal riscaldamento/condizionamento e dall'illuminazione, e nel paragrafo "mobilità", finalizzate a ridurre le emissioni di gas a effetto serra dovute alla mobilità aziendale, è attivo nelle sedi incluse nel Sistema di Gestione Ambientale un sistema di monitoraggio degli impianti e del loro corretto funzionamento (attività in carico al Servizio di Facility Management del Gruppo Generali) che, in conformità con le norme vigenti, prevede verifiche periodiche sia da parte di aziende esterne, sia dei tecnici del Gruppo Generali, nonché tutte le altre misure necessarie per assicurare l'efficienza degli impianti e prevenire il rilascio in atmosfera di emissioni nocive.

Nelle sedi di Banca Generali incluse nel Sistema, inoltre è in atto il processo di eliminazione dei gas refrigeranti (R22), al momento sono ancora presenti due condizionatori autonomi funzionanti a gas R22, a servizio di locali tecnologici nella sede di Trieste e uno nella sede di Milano.

Si segnala infine che il Gruppo Generali ha aderito al *Carbon Disclosure Project (CDP)*, un'iniziativa interna-

zionale sostenuta da oltre 500 grandi investitori istituzionali finalizzata a raccogliere presso le più importanti aziende a livello mondiale informazioni sulle loro emissioni di gas a effetto serra e sulle strategie adottate per far fronte ai rischi e alle opportunità derivanti dal cambiamento climatico. Anche nel 2011 i dati di Banca Generali sono stati inclusi in quelli del Gruppo Generali alimentando così il database del CDP.

Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente

Nel 2011 Banca Generali ha iniziato ad attrezzarsi per la rilevazione delle spese e degli investimenti effettuati per le ristrutturazioni delle sedi, lo smaltimento dei rifiuti, le azioni di formazione e sensibilizzazione, ecc.. Questi dati saranno disponibili a breve termine.

Multe e sanzioni

Dalle evidenze disponibili nel 2011 non risultano multe o sanzioni non monetarie irrogate alle società di Banca Generali per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.

Biodiversità

Le sedi delle società di Banca Generali non operano in aree protette o ad elevata biodiversità.

Azioni di formazione e sensibilizzazione

Ritenendo che l'educazione sia un elemento fondamentale per la diffusione di comportamenti ecocompatibili, Banca Generali aderisce alle iniziative che il Gruppo Generali mette in campo su tale tema.

Banca Generali nel corso del 2011 ha aderito e incentivato la partecipazione del proprio personale all'iniziativa promossa da Assicurazioni Generali denominata 5 Tappe per l'Ambiente.

Impatti ambientali indiretti

L'attività di Banca Generali determina anche ricadute indirette sull'ambiente, in particolare attraverso i processi di acquisto, la progettazione e l'erogazione di prodotti e servizi bancari e di investimento.

A questo riguardo la Banca non ha erogato finanziamenti a società che svolgono attività a rilevante rischio ambientale (es: cambiamenti climatici).

Per quanto concerne infine l'ecologia di approvvigionamento, si rimanda al capitolo Fornitori.



Allegati



Tabella di identificazione del GRI

G3 - GUIDELINES VERSIONE 3.1

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
PROFILO		
1. Strategia e analisi		
1.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia.	5
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità.	5
2. Profilo dell'organizzazione		
2.1	Nome dell'organizzazione.	2
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	14
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture.	20
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione.	2
2.5	Numero di Paesi nei quali opera l'organizzazione e nome dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report.	20
2.6	Assetto proprietario e forma legale.	102
2.7	Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari).	20, 21
2.8	Dimensione dell'organizzazione.	39
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione.	13, 102
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione.	18
PARAMETRI DEL REPORT		
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (ad esempio, esercizio fiscale, anno solare).	7
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente.	7
3.3	Periodicità di rendicontazione (annuale, biennale, ecc.).	7
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti.	134
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report.	7
3.6	Perimetro del report (ad esempio, Paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori).	7
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report.	7
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni.	7
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti le stime applicate al calcolo degli Indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report.	7
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti (re-statement) e motivazioni di tali modifiche (ad esempio, fusioni/acquisizioni, modifica del periodo di calcolo, natura del business, metodi di misurazione).	7
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione.	7
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report.	126
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'attestazione esterna del report.	7

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
GOVERNANCE, IMPEGNI, COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
4.1	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo.	23
4.2	Indicare se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo.	24
4.3	Per le organizzazioni che hanno una struttura unitaria dell'organo di governo, indicare il numero di componenti che sono indipendenti e/o non esecutivi.	23
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo.	25
4.5	Legame tra i compensi dei componenti del più alto organo di governo, dei senior manager e degli executive (inclusa la buona uscita) e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale).	26
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse.	34
4.7	Processi per la determinazione delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali.	23
4.8	Mission, valori, codici di condotta e principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione.	10, 33
4.9	Procedure del più alto organo di governo per controllare le 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.	25
4.10	Processo per la valutazione delle performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali, sociali.	24
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale.	6
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali.	6
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali.	55
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento.	47
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento.	47
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder.	47, 56, 74, 99
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha risposto alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report.	47, 56, 74, 99

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA		
ASPETTO: Performance economica		
EC1. Core	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione.	41
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 pensionistico (benefit plan obligations).	89, 90
EC4. Core	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione.	41
ASPETTO: Presenza sul mercato		
EC5. Additional	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti per genere e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative.	89
EC6. Core	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.	108
EC7. Core	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale del senior management assunto nella comunità locale.	91
ASPETTO: Impatti economici indiretti		
EC8. Core	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità", attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono.	112
EC9. Additional	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE		
ASPETTO: Materie prime		
EN1. Core	Materie prime utilizzate per peso o volume.	119
EN2. Core	Percentuale dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato.	119
ASPETTO: Energia		
EN3. Core	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	118
EN4. Core	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria.	118
EN5. Additional	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza.	118
EN6. Additional	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative.	
EN7. Additional	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute.	119
ASPETTO: Acqua		
EN8. Core	Prelievo totale di acqua per fonte.	120
EN9. Additional	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua.	120
EN10. Additional	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	120
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.	123
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.	123
EN13. Additional	Habitat protetti o ripristinati.	non rilevante per l'attività bancaria
EN14. Additional	Strategie, azioni attuate, piani futuri per gestire gli impatti sulla biodiversità.	123
EN15. Additional	Numero delle specie elencate nella Lista Rossa dell'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.	non rilevante per l'attività bancaria

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
< INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE		
ASPETTO: Emissioni, scarichi, rifiuti		
EN16. Core	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso.	121
EN17. Core	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso.	121
EN18. Additional	Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti.	122, 123
EN19. Core	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso.	123
EN20. Core	NOx, SOx e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso.	123
EN21. Core	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione.	120
EN22. Core	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento.	120
EN23. Core	Numero totale e volume di sversamenti significativi.	non rilevante per l'attività bancaria
EN24. Additional	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla Convenzione di Basilea (allegati I,II,III, e VIII) che sono stati trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero.	120
EN25. Additional	Identità, dimensione, stato di salvaguardia e valore della 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.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Prodotti e servizi		
EN26. Core	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto.	pag 119, gli impatti non sono quantificati
EN27. Core	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Conformità		
EN28. Core	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	123
ASPETTO: Trasporti		
EN29. Additional	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materie utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale.	121
ASPETTO: Generale		
EN30. Additional	Spese e investimenti per la protezione dell'ambiente, suddivisi per tipologia.	123

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE		
PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE		
ASPETTO: Occupazione		
LA1. Core	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologia, tipo di contratto, distribuzione territoriale e genere.	82
LA2. Core	Numero totale e tasso di turnover dei neoassunti e dei dipendenti, suddiviso per età, sesso e area geografica.	86, 87
LA3. Additional	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per lavoratori part-time e a termine, suddivisi per le sedi operative più significative.	90, 91
LA15. Core	Tasso di rientro al lavoro e tasso di ritenzione dopo il congedo parentale, suddivisi per genere.	93
ASPETTO: Relazioni industriali		
LA4. Core	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione.	96
LA5. Core	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi), specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva.	96
ASPETTO: Salute e sicurezza sul lavoro		
LA6. Additional	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto da rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza del lavoratore.	94
LA7. Core	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e per genere.	95
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.	95
LA9. Additional	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza.	94
ASPETTO: Formazione e istruzione		
LA10. Core	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per genere e per categoria di lavoratori.	71, 72, 97
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 fase finale delle proprie carriere.	71, 97
LA12. Additional	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera, suddivisa per genere.	91
ASPETTO: Diversità e pari opportunità		
LA13. Core	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria di lavoratori in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità.	82
ASPETTO: Pari remunerazione per donne e uomini		
LA14. Core	Rapporto dello stipendio base e dello stipendio complessivo delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria, suddiviso per le sedi operative più significative.	89

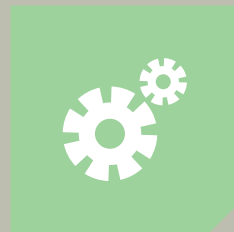
INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
DIRITTI UMANI		
ASPETTO: Pratiche di investimento e approvvigionamento		
HR1. Core	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento e di contratti che includono clausole che interessano l'ambito dei diritti umani, o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening).	
HR2. Core	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri partner commerciali che sono sottoposti a verifica in materia di diritti umani e relative azioni intraprese.	
HR3. Core	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.	88
ASPETTO: Non discriminazione		
HR4. Core	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese.	33
ASPETTO: Libertà di associazione e contrattazione collettiva		
HR5. Core	Identificazione delle attività e dei principali fornitori per cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere violata o esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti.	96
ASPETTO: Lavoro minorile		
HR6. Core	Identificazione delle attività e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e misure adottate per contribuire alla sua effettiva abolizione.	89, 96
ASPETTO: Lavoro forzato		
HR7. Core	Identificazione delle attività e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure adottate per contribuire all'abolizione di tutte le forme di lavoro forzato o obbligato.	96
ASPETTO: Pratiche di sicurezza		
HR8. Additional	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto una formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti i diritti umani rilevanti per le attività dell'organizzazione.	94
ASPETTO: Diritti delle popolazioni indigene		
HR9. Additional	Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese.	
ASPETTO: Valutazione		
HR10. Core	Percentuale e numero totale di attività che sono sottoposte a analisi e/o valutazioni sugli impatti sui diritti umani.	la società si impegna a garantire e promuovere il rispetto dei diritti umani dell'uomo e del lavoro in tutte le proprie attività.
ASPETTO: Rimedio		
HR11. Core	Numero di lamentele relative ai diritti umani compilate, indirizzate e risolte attraverso meccanismi formali di lamentela.	non sono pervenute lamentele relative ai diritti umani nel 2011.

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
SOCIETÀ		
ASPETTO: Collettività		
S01. Core	Percentuale delle attività per le quali sono stati implementati il coinvolgimento delle comunità locali, le valutazioni degli impatti e lo sviluppo di programmi.	
S09. Core	Attività con significativi impatti negativi potenziali o reali sulle comunità locali.	Non sono state condotte attività con significativi impatti negativi potenziali o reali sulle comunità locali.
S010. Core	Misure di prevenzione e di mitigazione attuate per le attività con significativi impatti negativi potenziali o reali sulle comunità locali.	
FS13. Core	Punti di accesso in zone a bassa densità di popolazione o economicamente svantaggiate divise per tipologia.	la possibilità di interagire con le società via telefono o internet contribuisce al superamento delle barriere all'accesso dei servizi finanziari
FS14. Core	Iniziative per migliorare l'accesso ai servizi finanziari per le persone svantaggiate.	57
ASPETTO: Corruzione		
S02. Core	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione.	31, 32
S03. Core	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione.	32
S04. Core	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione.	32
ASPETTO: Contributi politici		
S05. Core	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate.	33
S06. Additional	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese.	33
ASPETTO: Comportamenti anti-collusivi		
S07. Additional	Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, anti-trust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.	59
ASPETTO: Conformità		
S08. Core	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti.	59

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		
FS15. Core	Politiche per la corretta progettazione e la vendita di prodotti e servizi finanziari.	70
ASPETTO: Salute e sicurezza dei consumatori		
PR1. Core	Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure.	non rilevante per l'attività bancaria
PR2. Additional	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita.	non rilevante per l'attività bancaria
ASPETTO: Etichettatura di prodotti e servizi		
PR3. Core	Tipo di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR4. Additional	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non-conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi.	non rilevante per l'attività bancaria
PR5. Additional	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione.	56
FS16. Core	Iniziative volte a rafforzare l'alfabetizzazione finanziaria per tipo di beneficiario.	55
ASPETTO: Comunicazioni di marketing		
PR6. Core	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione.	56
PR7. Additional	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione.	56
ASPETTO: Rispetto della privacy		
PR8. Additional	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori.	57
ASPETTO: Conformità		
PR9. Core	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi.	58, 59

INDICATORI GRI	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI
IMPATTO DI PRODOTTI E SERVIZI		
ASPETTO: Portafoglio prodotti		
FS1. Core	Politiche con specifiche componenti ambientali e sociali applicate alle linee di business	52
FS2. Core	Procedure di valutazione e di vaglio dei rischi ambientali e sociali per le linee di business.	
FS3. Core	Processi per il controllo dell'attuazione e della conformità dei clienti con i requisiti ambientali e sociali inclusi negli accordi o nelle transazioni.	
FS4. Core	Processo/i per migliorare le competenze del personale volte ad attuare le politiche ambientali e sociali e le procedure applicate alle linee di business.	
FS5. Core	Interazioni con clienti/partecipate/partner commerciali per quanto riguarda i rischi e le opportunità ambientali e sociali.	
FS6. Core	Percentuale del portafoglio per linee di business suddivise per regione specifica, dimensione (es. micro/PMI/grandi aziende) e settore.	
FS7. Core	Valore monetario di prodotti e servizi progettati per offrire un beneficio sociale specifico per ogni linea di business ripartite per scopo.	
FS8. Core	Valore monetario di prodotti e servizi progettati per fornire un beneficio ambientale specifico per ogni linea di business suddivisa per destinazione.	
ASPETTO: Audit		
FS9. Core	Copertura e frequenza degli audit per valutare l'attuazione delle politiche sociali e ambientali e delle procedure di valutazione dei rischi.	
ASPETTO: Azionariato attivo		
FS10. Core	Percentuale e numero di aziende presenti nel portafoglio dell'istituto con cui l'organizzazione che redige il report ha interagito su aspetti ambientali e sociali.	
FS11. Core	Percentuale di beni oggetto di vaglio ambientale o sociale positivo e negativo.	
FS12. Core	Politica/che di voto applicata/e alle tematiche ambientali o sociali per le azioni su cui l'organizzazione che redige il report detiene il diritto di voto o indicazioni sul voto.	





**BANCA
GENERALI**

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